



**Университет
“Проф. д-р Асен Златаров”
Бургас**

**Assen Zlatarov University
Burgas, Bulgaria**

2



**ГОДИШНИК
ANNUAL**

ТОМ XLIV, КНИГА 2, 2015

ОБЩЕСТВЕНИ НАУКИ

VOLUME XLIV, BOOK 2, 2015

SOCIAL SCIENCES



**УНИВЕРСИТЕТ
„ПРОФ. Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ“ – БУРГАС**

ГОДИШНИК

ТОМ XLIV, КНИГА 2, 2015

ОБЩЕСТВЕНИ НАУКИ

**ASSEN ZLATAROV UNIVERSITY
BURGAS, BULGARIA**

ANNUAL

Vol. XLIV, BOOK 2, 2015

SOCIAL SCIENCES



БУРГАС • 2015 • BURGAS

РЕДАКЦИОННА КОЛЕГИЯ

проф. д-н Маргарита Терзиева (главен редактор)
проф. д-р Валентина Терентиева (Красноярск, Русия)
доц. д-р Пенка Пеева
проф. д-р Заур Заврумов (Пятигорск, Русия)
проф. д-р Марина Янич (Ниш, Сърбия)
проф. д-н Любомир Влаев
проф. Йордан Ников (Лил, Франция)
гл. ас. Иван Соколов

Технически сътрудник: инж. Илиана Ишмериева

Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас
Годишник, т.XLIV , кн. 2, 2015 г.
ISSN 1312-1359

Assen Zlatarov University
Burgas 8010, Bulgaria

Том XLIV. Книга 2. Съдържание

<i>Димчо Момчилов</i>	Бележки за източноплаинската старобългарска отбранителна система и византийските военни кампании срещу България през VIII в. <i>Рецензент: проф. д-р Н. Неделчев</i>	11
<i>Гита Йовчева</i>	Обиколката на генерал Каулбарс през септември 1886 г. и опитът на Русия да наложи политическото си влияние в България <i>Рецензент: доц. д-р П. Пеева</i>	17
<i>Гита Йовчева</i>	Изборите за Велико народно събрание през 1886 г., генерал Каулбарс и регентството <i>Рецензент: доц. д-р К. Паев</i>	25
<i>Пенка Пеева</i>	Британия и краят на „блестящата изолация“ (1901-1904) <i>Рецензент: доц. В. Китанов</i>	31
<i>Петър Парушев</i>	Балканските държави между съперничеството и сближението (1908-1911) <i>Рецензент: доц. д-р Г. Йовчева</i>	37
<i>Петър Парушев</i>	Балканската война (1912 – 1913) – дипломатически и военни аспекти <i>Рецензент: доц. д-р П. Пеева</i>	45
<i>Мария Костурова-Парашкевова</i>	Професионализъмът – единство от знания, умения и морал <i>Рецензент: доц. д-р Н. Атанасов</i>	53
<i>Ефим Агарин, Маргарита Терзиева</i>	Христо Досев – житейски път, обществена и публицистична дейност <i>Рецензент: доц. д-р Е. Капинова</i>	60
<i>Тинка Иванова</i>	Дневникът на Януш Корчак – „последната дума“ на Стария доктор <i>Рецензент: доц. д-р Е. Дичева</i>	66
<i>Тинка Иванова</i>	Възгледи на Михаил Герасков и Петко Цонев за изпитите и оценяването в обучението <i>Рецензент: доц. д-р Н. Калоянова</i>	72
<i>Надежда Калоянова</i>	Изследване на развиващия потенциал на целите на обучението в културно-образователни области „Обществени науки и гражданско образование“ и „Природни науки и екология“ в начален етап на основна образователна степен <i>Рецензент: проф. д-р Н. Витанова</i>	77
<i>Елена Дичева</i>	Социално-педагогически проблеми във възпитанието на единственото дете в семейството <i>Рецензент: доц. д-р Т. Иванова</i>	84
<i>Мария Дишкова</i>	Превенцията на зависимости като социално-педагогическа дейност <i>Рецензент: проф. д-р В. Шивачева</i>	93
<i>Мария Дишкова</i>	Да се чете на детето от най-ранна възраст като задължително условие за успешно семейно възпитание <i>Рецензент: проф. д-р М. Терзиева</i>	101

<i>Николай Атанасов, Велика Бинева, Мариана Каприева, Марияна Тодорова, Светлана Кметска</i>	Социологическо изследване на нагласите на студентите към креативно мислене в обучението (част I) <i>Рецензент: доц. д-р М. Парашкевова</i>	108
<i>Николай Атанасов, Велика Бинева, Мариана Каприева, Марияна Тодорова</i>	Социологическо изследване на нагласите на студентите към креативно мислене в обучението (част II) <i>Рецензент: доц. д-р М. Парашкевова</i>	115
<i>Светлозар Димитров</i>	Специфика на диагностицирането на психопатологичния феномен шизофренно разстройство като част от теорията на Сидни Блат за развитието на личността <i>Рецензент: гл. ас. д-р Б. Цонкова</i>	123
<i>Маргарита Терзиева</i>	Кратките фолклорни жанрове в община Средец – опит за фолклорно-историческа реконструкция <i>Рецензент: проф. дин Д. Радойнова</i>	128
<i>Katya Nikolova, Stanimira Taneva- Shopova</i>	Lexical Approach – Reviewing the Role of Lexis in Language Teaching <i>Рецензент: проф. д-р Неля Иванова</i>	132
<i>Inna Tytarenko- Kachura, Svitlana Melnyk, H. S. Skovoroda</i>	Linguistic Means of Realization of the Category of Continuum in Descriptive Contexts in “Anna Karenina” by Leo Tolstoy <i>Рецензент: гл. ас. д-р И. Иванова</i>	136
<i>Dobrinka Toteva</i>	Aufforderungsmodalität im Deutschen und Bulgarischen (Ansatzpunkte für eine Vergleichende Linguistische Untersuchung) <i>Рецензент: проф. д-р М. Грозева-Минкова</i>	141
<i>Иван Соколов</i>	За компетентностите и хуморната компетентност при владенето на чужд език <i>Рецензент: доц. д-р Е. Капинова</i>	150
<i>Антонина Божанова</i>	Ранна фосилизация на чуждоезиковата компетентност и типични грешки, които я съпътстват <i>Рецензент: доц. д-р К. Попова</i>	158
<i>Евгений Стоянов</i>	Проблеми на контрола в банковия сектор <i>Рецензент: проф. дин С. Димитрова</i>	163
<i>Евгений Стоянов</i>	Развитието на държавния валутен монопол – ключов фактор в усъвършенстването на българския валутен контрол <i>Рецензент: проф. дин инж. В. Терзиев</i>	169
<i>Николай Милев</i>	Предизвикателства пред външнотърговските стратегии на българските предприятия в контекста на дълговата криза в Република Гърция <i>Рецензент: доц. д-р Бр. Копринаров</i>	175
<i>Николай Милев, Розалина Милева</i>	Ефективни подходи за вземане на управленски решения при инвестиционни проекти <i>Рецензент: доц. д-р Ст. Петкова-Георгиева</i>	184
<i>Елена Клатева</i>	Характеристика на състоянието на таймшеър пазара в България <i>Рецензент: гл. ас. д-р Р. Иванов</i>	192

<i>Елена Клатева</i>	Мениджърска оценка на приложението на таймшеър в българското хотелиерство по Южното Черноморие <i>Рецензент: гл. ас. д-р Р. Иванов</i>	200
<i>Златина Караджова</i>	Концепция за позициониране на феномена „нестинарство“ като уникален елемент от нематериалното културно-историческо наследство на дестинация България <i>Рецензент: доц. д-р Хр. Михалева</i>	208
<i>Златина Караджова</i>	PR- стратегия на феномена „нестинарство“ <i>Рецензент: доц. д-р Хр. Михалева</i>	216
<i>Светлана Кметска</i>	Маркетинг и интернет реклама <i>Рецензент: гл. ас. д-р Ст. Транев</i>	224
<i>Братой Копринаров</i>	Регионалната контекстуализация на националната културна идентичност и глобалния туризъм <i>Рецензент: проф. дин Д. Радойнова</i>	228
<i>Веселина Атанасова-Георгиева</i>	Иновационни маркетингови стратегии за задържане на лоялни клиенти в туризма <i>Рецензент: доц. д-р Николай Милев</i>	236
<i>Веселина Атанасова-Георгиева</i>	Дистрибуционни практики и решения на примера на хотелите в град Бургас <i>Рецензент: доц. д-р Стоян Маринов</i>	241
<i>Стоян Транев</i>	Някои страни на бизнес планирането <i>Рецензент: доц. д-р Е. Стоянов</i>	246
<i>Стоян Транев</i>	Относно избора на стопанско-правна форма <i>Рецензент: доц. д-р Е. Стоянов</i>	251
<i>Братой Копринаров</i>	Здравен туризъм – предизвикателства и бъдеще в постиндустриален свят <i>Рецензент: доц. д-р Ст. Маринов</i>	257
<i>Маруся Любчева, Цанко Иванов, Дончо Керемидчиев, Цветелин Панчев</i>	Необходимост и възможност за въвеждане на иновационни практики <i>Рецензент: проф. д. ик. н.А. Мирчев</i>	264
<i>Маруся Любчева, Цанко Иванов, Дончо Керемидчиев, Цветелин Панчев</i>	Предизвикателство пред туристически сектор – поглед отвътре <i>Рецензент: проф. д. ик. н. А. Мирчев</i>	271
<i>Стоянка Петкова-Георгиева, Сотир Богословов</i>	Методични насоки за изследване управлението на запасите в преработвателните предприятия <i>Рецензент: доц. д-р Н. Милев</i>	277
<i>Константин Григоров</i>	Отказ на кмета на общината за определяна не категория на туристическия обект <i>Рецензент: проф. д-р Г. Минкова</i>	285
<i>Моника Обрейкова</i>	Здравната култура на бременни и родилки за отглеждане на новородено <i>Рецензент: доц. д-р Г. Терзиева</i>	291
<i>Катя Попова</i>	Организация на здравни грижи при възрастни и стари хора в домашна среда <i>Рецензент: доц. д-р Г. Терзиева</i>	297

<i>Антонина Недкова</i>	Компетентностен подход в професионалното туристическо образование <i>Рецензент: проф. д-р Е. Георгиева</i>	302
<i>Антонина Недкова</i>	Повишаване компетентността на преподавателя в колежанското образование по туризъм <i>Рецензент: доц. д-р Е. Петкова</i>	307
<i>Красимир Николов, Дечко Игнатов, Неделина Иванова, Хабибе Хамид</i>	Естетическо и екологично възпитание на ученици в условия на интерактивна дейност при работа по проект <i>Рецензент: проф. д-р М. Терзиева</i>	312
<i>Георги Димитров</i>	Маркетингови изследвания в спортно-туристическата анимация <i>Рецензент: доц. д-р Д. Тодорова</i>	316
<i>Златка Димитрова</i>	Празниците като форма за педагогическо взаимодействие между детската градина и семейството <i>Рецензент: доц. д-р Н. Калянова</i>	322
<i>Нина Богданова</i>	Анализ на обучението по физическо възпитание и спорт в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас и насоки за неговото подобряване <i>Рецензент: гл. ас. д-р Зл. Димитрова</i>	327
<i>Спаска Андонова Мария Бурева</i>	Спортните занимания в свободното време на студентите <i>Рецензент: доц. д-р Г. Димитров</i>	333

Volume XLIV (II). Contents

<i>Dimcho Momchilov</i>	Notes on the East Balkan Mountain Defence System and Byzantine Military Campaigns Against Bulgaria in the 8th Century	11
<i>Gita Yovcheva</i>	The Tour of General Kaulbars in September 1886 and the Attempt of Russia to Impose Its Political Influence in Bulgaria	17
<i>Gita Yovcheva</i>	The Election for Grand National Assembly in 1886, General Kaulbars and The Regency	25
<i>Penka Peeva</i>	Britain and the End of the Splendid Isolation (1901-1904)	31
<i>Petar Parushev</i>	The Balkan Countries Between the Rivalry and the Rapprochement (1908-1911)	37
<i>Petar Parushev</i>	The Balkan War (1912-1913): Diplomatic and Military Aspects	45
<i>Maria Kosturova-Parashkevova</i>	Professionalism: A Unity of Knowledge, Skills and Morals	53
<i>Efim Agarin, Margarita Terzieva</i>	Hristo Dosev: Biography, Public and Literary Activities	60
<i>Tinka Ivanova</i>	Janusz Korczak's Diary: The Old Doctor's "Final Word"	65
<i>Tinka Ivanova</i>	Concepts Expressed by Mihail Geraskov and Petko Tsonev on Examination and Evaluation in Teaching	72
<i>Nadezhda Kaloyanova</i>	Research of the Developing Potential of Learning Objectives in the Cultural and Educational Domain "Social Sciences and Civic Education" and "Natural Sciences and Ecology" in Elementary School	77
<i>Elena Dicheva</i>	Socio-Pedagogical Problems in the Upbringing of an Only Child in the Family	84
<i>Maria Dishkova</i>	Addiction Prevention as Socio-Pedagogical Activity	93
<i>Maria Dishkova</i>	Reading to Children from Infancy as a Prerequisite for Successful Family Education	101
<i>Nikolay Atanasov, Velika Bineva, Mariana Kaprieva, Mariana Todorova, Svetlana Kmetska</i>	Sociological Survey of Students' Dispositions to Creative Thinking in Education (Part I)	108
<i>Nikolay Atanasov, Velika Bineva, Mariana Kaprieva, Mariana Todorova</i>	Sociological Survey of Students' Dispositions to Creative Thinking in Education (PART II)	115
<i>Svetozar Dimitrov</i>	Specificity of Diagnosing the Psychopathological Phenomenon of Schizophrenic Disorder as Part of Sidney Blatt's Theory of Personality Development	123
<i>Margarita Terzieva</i>	Short Folk Genres in Sredetz Municipality: An Attempt at Folk-Historical Reconstruction	128

<i>Katya Nikolova, Stanimira Taneva- Shopova</i>	Lexical Approach – Reviewing the Role of Lexis in Language Teaching	132
<i>Inna Tytarenko- Kachura, Svitlana Melnyk, H. S. Skovoroda</i>	Linguistic Means of Realization of the Category of Continuum in Descriptive Contexts in “Anna Karenina” by Leo Tolstoy	136
<i>Dobrinka Toteva</i>	Inducement Modality in Bulgarian and German (Attempt at Comparative Linguistic Analysis)	141
<i>Ivan Sokolov</i>	On Competences and Humour Competence in Foreign Language Proficiency	150
<i>Antonina Bozhanova</i>	Early Fossilization of Target Language Competence and Some Specific Mistakes That Accompany It	158
<i>Evgenii Stoyanov</i>	Control Problems in the Bank Sector	163
<i>Evgenii Stoyanov</i>	Development of State Monetary Monopoly – A Key Factor in the Improvement of Monetary Control in Bulgaria	169
<i>Nikolay Milev</i>	Challenges to Foreign Trade Strategies of Bulgarian Companies in the Context of the Greek Republic Debt Crisis	175
<i>Nikolay Milev, Rozalina Mileva</i>	Effective Approaches for Decision Making Applicable for Investment Projects	184
<i>Elena Klateva</i>	Performance of the Timeshare Market in Bulgaria	192
<i>Elena Klateva</i>	Manager Perceptions on Timeshare Development in the Hotel Industry Along the Southern Black Sea Coast	200
<i>Zlatina Karadzhova</i>	A Concept of Positioning the "Nestinarstvo" Phenomenon as a Unique Element of the Intangible Cultural and Historical Heritage of Destination Bulgaria	208
<i>Zlatina Karadzhova</i>	PR-Strategy Phenomenon “Nestinarstvo”	216
<i>Svetlana Kmetska</i>	Marketing and Web Advertising	224
<i>Bratoy Koprinarow</i>	Regional Contextualization of National Cultural Identity and Global Tourism	228
<i>Veselina Atanasova- Georgieva</i>	Innovative Marketing Strategies to Retain Loyal Customers in Tourism	236
<i>Veselina Atanasova- Georgieva</i>	Distribution Practices and Solutions Following the Example of Hotels in Burgas	241
<i>Stoyan Tranev</i>	Some Aspects of Business Planning	246
<i>Stoyan Tranev</i>	On the Choice of Business and Legal Formats	251
<i>Bratoy Koprinarov</i>	Health Tourism: Challenges and Future in the Post-Industrial World	257
<i>Marusya Lyubcheva, Tzanko Ivanov, Doncho Keremidchiev, Tzvetelin Panchev</i>	Necessity and Possibilities for Implementation of Innovation Procedures	264

<i>Marusya Lyubcheva, Tzanko Ivanov, Doncho Keremidchiev, Tzvetelin Panchev</i>	Challenges Facing the Tourism Branch: An Inside View	271
<i>Stoyanka Petkova- Georgieva, Sotir Bogoslovov</i>	Methodology for Inventory Management Research in Manufacturing Enterprises	277
<i>Konstantin Grigorov</i>	Denial of the Mayor of the Municipality to Determine the Category of the Touristic Facility	285
<i>Monika Obreykova</i>	Health Culture of Young Mothers and Pregnant Women to Nurture a Newborn Baby	291
<i>Katya Popova</i>	Organization of Healthcare for Elderly and Old People in Domestic Environment	297
<i>Antonina Nedkova</i>	Competency Approach in Professional Tourism Education	302
<i>Antonina Nedkova</i>	Raising the Lecturer' Competency in College Education in Tourism	307
<i>Krasimir Nikolov, Dechko Ignatov, Nedelina Ivanova, Habibe Hamid</i>	Aesthetic and Ecological Education of Students in Terms of Interactive Activities in Project Work	312
<i>George Dimitrov</i>	Marketing Research in Sports Entertainment of Tourists	316
<i>Zlatka Dimitrova</i>	Festivals as a Form of Educational Interaction Between the Kindergarten and the Family	322
<i>Nina Bogdanova</i>	Analysis of Physical Education and Sports Classes at Prof. Dr Assen Zlatarov University, Burgas and Guidelines for Their Improvement	327
<i>Spaska Andonova, Maria Bureva</i>	Sport Activities in Students' Leisure Time	333

**БЕЛЕЖКИ ЗА ИЗТОЧНОСТАРОПЛАНИНСКАТА СТАРОБЪЛГАРСКА
ОТБРАНИТЕЛНА СИСТЕМА И ВИЗАНТИЙСКИТЕ ВОЕННИ КАМПАНИИ СРЕЩУ
БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ VIII в.**

Димчо Момчилов

**NOTES ON THE EAST BALKAN MOUNTAIN DEFENCE SYSTEM AND BYZANTINE
MILITARY CAMPAIGNS AGAINST BULGARIA IN THE 8TH CENTURY**

Dimcho Momchilov

E-mail: d.momchilov@abv.bg

ABSTRACT

The functioning of the East Balkan Mountain defence system during the Byzantine military campaigns from the mid-8th century is a fundamental question. The established precedent in 764 laid the foundation for the future Byzantine success in 811 and 971. In general, the First Bulgarian Kingdom, with some exceptions, failed to provide effective countermeasures against the Byzantine military machine and, as a result, the Kingdom's capitals were conquered twice.

Key words: *First Bulgarian Kingdom, capitals, East Balkan Mountain defence system, Byzantine military campaigns*

Функционирането на старобългарската отбранителна система по Източна Стара планина е фундаментален въпрос в историята на Първото българско царство.

Изясняването му следва да включи византийските военни кампании срещу България през VIII в.

Проведеното сражение през 705 г. край Анхиало (във византийска територия) и спечелено от българите във войната, начената от император Юстиниан II Ринотмет срещу българския владетел, не дава представа да се прецени има ли такава и как функционира старобългарската укрепителна линия. В този конкретен военен епизод тя не е поставена на изпитание.

Нов момент вече е управлението на император Константин V Копроним и агресивната му политика срещу България. В богатата палитра от няколко десетилетни военни сблъсъци между Византия и България началото е поставено с битката при Маркели в 760 г. според Васил Гюзелев (Божилов, Гюзелев 1999, 115) или пък в 756 г. според Димитър Ангелов и други автори (Ангелов 1976, 317; История на България 1981, 120). При комбиниран по-ход (по море и суша), като сухопътната армия е командвана от Константин V, византийските войски достигат до прохода

(клисурата) Верегава в Източна Стара планина. Битката при Верегава е изключително успешна за българите (*Theoph. Conf. 44, 270*). При спускането си на юг те търпят поражение в сражение край Маркели. И двете сражения са се състояли на византийска територия – императорът не е успял да преодолее защитата на Верегава и да нахлуе в България. Българите съумяват да парират инвазията на Византия в южните подстъпи на Източна Стара планина. Първоначалният български военен успех при Верегава, последван обаче от разгрома при Маркели, не позволява да бъде предложена окончателна позиция по въпроса за функционирането на българската отбранителна система.

Също така не може да бъде направен извод и при събитията от втория поход на Константин V Копроним срещу България в 763 г., завършили с кръвопролитна битка при Анхиало с победа за Византия.

Следващото действие на византийския император, насочено срещу България – това през 764 г., е вече първото проявление на проблем при функционирането на източно-старопланинската старобългарска система. Свързва се с успешното отвлечане на княза на северите Славун от страна на Византия, който според Теофан Изповедник (*Theoph.*

Conf. 47, 272) не само „храбро отбранявал проходите, но и вършел много злини на византийците в Тракия” (Божилов, Гюзелев 1999, 117). Византия се оказва в състояние и с възможности да се разправи с лице, упълномощено да отбранява проходите. Събитието може да бъде коментирано и в други, по-различни посоки, а именно:

Военната операция от страна на Византия В. Гюзелев определя като ход, с който е „бил нанесен удар с голямо значение върху изградената отбранителна система на Българското ханство, в която славяните играели основната роля” (Божилов, Гюзелев 1999, 117). По-надолу той продължава: „Защитата на източностаропланинските проходи и пограничните валове значително била отслабена” (Божилов, Гюзелев 1999, 117). Ще се окаже обаче, че този осъществен пробив в източностаропланинската старобългарска отбранителна система не е прецедент. Ще бъде само началото на поредица от още по-големи и далеч по-успешни пробиви, извършени от Византия, за да се стигне до най-драматичните и трагичните за България обстоятелства през следващите IX и X в. – превземането на Плиска в 811 г и на Преслав през 971 г. и завладяването на България.

Сложната вътрешнополитическа обстановка в езическа България била умело използвана през 764 г. за пореден поход. При него Константин V достигнал чак до Чика: „...като намерил клисурите без стражи, ...навлязъл в България чак до Чика. И като хвърлил огън в аулите...” (*Theoph. Conf. 47, 272*). Не са състоятелни мненията и коментарите, че това е Тунджа – в такъв случай трябва да се приеме, че Константин Копроним е опожарявал и разсипвал византийски райони и селища. Поредният византийски успех, при който императорът вече успява да преодолее Източна Стара планина, открито показва съществени слабости в източностаропланинската българска отбранителна линия. Вероятно неочакваният успех заварва неподготвен за продължаване на военната кампания и самия император.

Интересна е и следващата военна кампания на Константин V Копроним в 766 г. (Божилов, Гюзелев, 1999, 117-118). Хронистите Теофан Изповедник и Патриарх Никифор предават някои от събитията по абсолютно еднакъв начин, но по-обстоятелен е Патриарх Никифор, включил доста повече информация. Най-съществен момент е, че

флотата попада под силен северен вятър и много кораби (хеландии) са разрушени, а войници издавени (*Theoph. Conf. 48, 273*), а Патриарх Никифор освен това допълва и че при този поход Константин V дошъл съвсем близо „до земята на българите и се разположил на стан при така наречения проход Верегава” (*Niceph. Patr. 17, 306*). От двата текста на византийските хронисти елемент с пряко отношение към старобългарската укрепителна система в Източна Стара планина е посоченият проход Верегава. Ясно е, че и Анхиа-ло, и Месемврия продължават да са византийско владение и основна военна опорна база за нахлуване на север. В конкретния случай е от първостепенна важност да се изясни локализацията на Верегава. По този въпрос вече има немалко изказани мнения. Проходът Верегава е обстойно коментиран (Момчилов 1993, дис.; Момчилов 1997, 106-130; Момчилов 1999, 83-89), където се проследява и пълен преглед на хипотезите за неговата локализация и какво всъщност представлява този топоним. Верегава е проход, разположен (вклинен) между двата основни източностаропланински прохода Ришки (западно от Ришки) и Върбишки (източно от Върбишкия). Това е най-лесно преодолимото разстояние през същинска Източна Стара планина (Матор планина, Коджа балкан), но същевременно и най-укрепеното. Пътят, през който се преодолява същинска Стара планина, е най-късата проходна отсечка, но той е така разположен, че по и около него укрепителната система е страховита. Верегава е участъкът между село Рупча (Сунгурларско – днес несъществуващо) от юг и село Риш (Шуменско) – на север. Неотдавна Павел Георгиев предложи нова теза – че проходът е разположен в най-източната част на Източна Стара планина, т.е. че „предната Верегавска клисура трябва да се ситуира в югоизточната част на планината, вероятно дн. Емински или Дюлински проход” (Георгиев 2009, 159). Тази теза не е достатъчно убедителна по редица причини: а) в северния край на локализирания от мен проход Верегава – т.е., от северната страна на Ришкото „Градище”, има топоним „Брегурла”, регистриран в миналото още от К. Шкорпил (Шкорпил 1905, 565) и потвърден при мое проучване в това землище. В този топоним проф. Борис Симеонов, с когото съм се консултирал, вижда основание за извеждане на Берегава; б) войната между Константин Копроним и Телец в 763 г. на Анхиа-лското поле

Теофан Изповедник предава по интересен начин: „Той (разб. Телец) дошъл с множество племена и започнали сражението” (*Theoph. Conf. 45, 271*). Когато този израз се обвърже с по-предния у Теофан, а именно, че когато Телец (Телесий), като чул за похода по суша и море, „взел като съюзници 20 000 от съседните племена, поставил ги в укрепленията и се обезопасил” (*Theoph. Conf. 45, 271*), то това би означавало само едно – че в българските укрепления на север от Анхиалското поле няма противодействаща на Византия охрана в проходите. И ако се приеме тезата на П. Георгиев, че това е Верегава, то последното би означавало, че Верегава не е вече охраняем проход. Както това, че Верегава е без охрана, така и виждането на П. Георгиев за неговото географско-пространствено разположение, влизат в директно противоречие с първото упоменаване на Верегава – още при създаването на българската държава, когато Теофан Изповедник пише, че българите „поселили северите от предната клисура на Верегава към източните части” (*Theoph. Conf. 32, 264*). Няма как българите да преместят племето севери от Верегава на изток, ако Верегава не е западно, и няма как северите да бъдат преместени по на изток от Верегава, при положение, че се приеме тезата на П. Георгиев за локализация в Еминско или Дюлинско, защото там непосредствено източно е морето; в) при евентуалната локализация около Еминско и Дюлинско е пропуснат още един категоричен факт и той е, че при похода през 760 г., когато българите спират настъплението при Верегава, при своето разгръщане на юг са разгромени при Маркели – т.е. съществува директна пространствена връзка север – юг между Верегава и Маркели. Или как ще се обясни връзката Верегава – Маркели, ако Верегава е в Еминско – Дюлинско, а Маркели край Карнобат? При подреждането Маркели при Карнобат, Верегава - северно вклинен между Ришкия и Върбишкия проход, анализът на изворовия текст се изпълва с точно съдържание; г) и преди похода от 766 г. Константин V Копроним е провеждал комбинирани военни удари срещу България – флотилия със сухопътни действия в две различни точки (в единия случай флотът при устието на Дунав и армия при Верегава; във втория – флотилия при Анхиало – Месемврия и отново сухопътни части при Верегава).

Явно оперативното направление през Верегавския проход става основа за Византия от

началото на втората половина на VIII в. и категорично се дължи на релацията Плиска – Маркели, т.е. на преобразуването и израстването на Плиска в столичен център (Момчилов 2007а, 57-65); д). от няколкото направления категорично се установяват две такива: едно – Верегава и Чика, и второ – Анхиало и Месемврия. Първото направление осмисля и провеждането на поредния антибългарски поход през 764 г.: „...когато навлязъл в България чак до Чика. И като хвърли огън в аулите...” (*Theoph. Conf. 47, 272*).

Съществена е взаимовръзката между двата (поне толкова са абсолютно документирани) успеха на Византия през 764 г. за проникването в източностаропланинските проходи и известието на Патриарх Никифор. Византийският хронист отбелязва, че българите „укрепили мъчнопроходимите места на своята планина” (*Niceph. Patr. 16, 304*). Предприетата активна дейност на българите по извършване на укрепителни дейности по южната отбранителна полоса на държавата се отнасят към третата четвърт на VIII в. и се свързват с управлението на хан Сабин.

Част от събитията по остро конформационно византийско-българско противопоставяне през VIII-ия век продължава и при следващите владетели на двете държави – съответно Константин VI и Кардам.

В 774 г. (Божилов, Гюзелев 1999, 118) Константин Копроним предприема пореден поход чрез двустранен удар. 24 000 конници (качени на 2 000 хеландии) трябвало да преодолее проходите над Анхиало и Месемврия, а императорът дебаркирал с флота до Варна (*Theoph. Conf. 50, 274*). Замисленият комбиниран удар от страна на императора срещу България показва, че въпреки извършените десетина години по-рано пробиви в отбранителната система на българите по Източна Стара планина, тя все още всява респект у византийците. През есента (октомври) на същата година в местността „Литосория” в Тракия с 80 000 армия Константин V удържал голяма победа над българите и триумфално се завърнал в Константинопол (*Theoph. Conf. 50, 274-275*). Ако се приеме мнението на Васил Гюзелев, че Литосория трябва да се локализира с района на Сините камъни край Сливен (Божилов, Гюзелев 1999, 119), това означава, че източностаропланинската старобългарска укрепителна система все още остава преграда за Византия. Защото независимо от сериозната военна загуба на България, въпре-

ки голямата за времето си византийска армия и изпратения от Телериг 12 000 български отряд срещу Верзития (значително отслабил българските военни сили) Константин Копроним не се решава да продължи похода си през Източна Стара планина.

От средата на VIII в. се променят ролята и значението на Маркели. Те се развиват паралелно с израстването на Плиска като държавно-политически център и индиректно точно историята на Маркели през периода на Първото българско царство, или историята на събитията, от които Маркели е неизменна част, са точен, съвременен от средата на VIII – началото на IX в. писмен и археологически източник на преобразуването и израстването на Плиска в столичен център (Момчилов 2007а, 58-65). И затова следващите най-сериозни събития от военно и политическо естество от края на втората половина на VIII и до началото на второто десетилетие на IX в. са именно свързани с Маркели. И никак не е случайно, че едно от най-яроствните сражения – това на 20 юли 792 г., се разгръща точно при Маркели. Всъщност това е и най-крупната българска победа над византийските войски при езическа България. С течение на времето все повече започвам да считам, че всъщност Кардам, слизайки на юг от Източна Стара планина и предизвиквайки битката при Маркели, има поне две цели:

1) Едната (първата, основната) е пробив, принципен доколкото може да се осъществи такъв в пределите на Византия с оглед изнасянето на войната по-далеч във византийска територия. И това все пак е най-южната точка на воюване между България и Византия в драматичния VIII в. – дори и няколкото последователни военни сблъсъци при Анхиало: съответно в началото на века (705 г. между Юстиниан II и Тервел) и тези през втората половина на века – отново при Анхиало през 763 и при Варна – в 764 г. (като потвърждение би могла да бъде включена и първата война, а именно тази при Маркели, проведена съответно през 756 или 760 г.), стоят доста по на север и в близост до византийско-българската граница и българската държава.

2) Втората причина трябва да се разглежда в контекста на състоянието и функционирането на старобългарската източностаропланинска система и нейната ефективност. Точно поради посочените по-горе слабости в ефективността на старобългарската отбранителна линия българският владетел

Кардам се стреми основно да изнесе войната на юг и да не допусне за пореден, вече трети път, византийците да достигнат проходите на Източна Стара планина и да проникнат в тях. От тази гледна точка политиката, проведена от Кардам, е много по-далновидна и стратегическа, отколкото приложената стратегия и тактика от Крум в първия етап на войната от 811 г. Високопарна преписка и от двете страни през 796 г. потвърждава тази теза, но в нея може да бъде добавен още един елемент – опитът за реванш от страна на младия Константин VI именно там, където губи поранното сражение от 792 г.

Пряка връзка на византийските военни кампании срещу България от VIII в. може да се търси с походи от началото на IX в. на император Никифор, както и с този на император Цимисхи в 971 г. Точно връзката между на пръв поглед различни по характеристиките си и във времето и в историческата ситуация военни походи позволяват да бъде изведена една допирна точка. Тя е, че походът (или походите) на Никифор I Геник срещу България в 811 г., както и евентуално по-ранен в 809 г. според П. Георгиев (Георгиев 2002) и този на император Йоан Цимисхи в 971 г. следват една наложена традиция (един утъпкан път), чиято основа прокарва Константин V Копроним, и надграждат неговата дейност. Император Константин поставя началото на успешното пробиване на старобългарската отбранителна система която е най-сериозното препятствие пред столиците (първоначално Плиска, а впоследствие и Преслав), за да се стигне до елиминирането ѝ през 811 и 971 г.

Военните антибългарски кампании на Византия от средата и втората половина на VIII в., допълнени с походите на Никифор Геник и Йоан Цимисхи от началото на IX и третата четвърт на X в., трябва да се разглеждат по начин, различен от досегашните интерпретации в медиевистичната литература. Въпреки че дори мощната византийска военна машина при Константин Копроним не успява да се справи с българската държава, вече са поставени редица въпросителни около ефективността на източностаропланинската отбранителна старобългарска система. Ясно е, че Византия все още не е в състояние окончателно да преодолее старобългарската източностаропланинска защитна система. Ярво това изпъква чрез разнопосочните удари, нанасяни от Константин Копроним – от десантите при Анхиало и Поморие и военните флоти край Вар-

на и в делтата на Дунав, през комбинираните сухопътни (във вътрешността на Източна Стара планина или по най-източните ѝ части) и морски действия, до директните срещу Верегава, или малко по-обходни – по на запад до Литосория. Разтвореният като ветрило доста широк периметър на военните удари на Константин Копроним – на повече от 100 км (разстоянието между Литосория=Сините камъни и Анхиало и Месемврия), показва, че Византия все още не успява да преодолее българската защитна линия, а България все още добре парира и ограничава византийския натиск. Фактът, че в продължение на повече от 15 години Константин Копроним многократно опитва варианти да проникне в България на фронт, широк на сушата над 100 км, и дори включва комбинирани военноморски действия, сочи добра ефективност на южната укрепителна линия на българите.

В VIII в. има периоди, когато българите удържат византийските удари (примерно в 760 г. при Верегава), но има и периоди, когато Византия (при Константин V) успява (в 764 г.) на два пъти да извърши сериозни пробиви. Така че ситуацията, получила се във втората половина на VIII в., всъщност е противоречива и трябва да се тълкува двояко. От една страна, последвалите агресивни действия на Константин Копроним да сломи България чрез комбинирани (по суша и море) удари (примерно този в 774 г.) показват, че все още старобългарската укрепителна система действа и респектира Византия. От друга страна, в най-укрепената гранична зона на България – тази по Източна Стара планина, през VIII в. са извършени пробиви, показали, че комбинацията между естествените природо-географски дадености на Източна Стара планина, изградените старобългарски фортификационни съоръжения (прегради, валове, крепости) и високото ниво на военна подготовка на българската войска е преодолима. Или пък тук излиза като подвъпрос дали охраняващите проходите славяни (така, както приемат редица автори) притежават необходимите воински качества и са в състояние да обезпечават сигурността на столицата и държавата. Странни са някои мнения, като например това на Петър Чолов, категорично определил, че Източна Стара планина в 811 г. се пази от 15 000 славяни (История на българите 2007, 81-83).

През VIII в. практически се създава прецедент, залегнал в основата на последвалите

византийски успехи от началото на IX и третата четвърт на X в. Точно събитията от VIII в. са онези, поставили под въпрос ефективността и функционалността на старобългарската фортификация по Източна Стара планина и подготвили почвата за това, което се случва през 811 и 971 г. – с два последователни удара превземане на двете български столици. До голяма степен вече в началото на IX в., ако бъде приета тезата на Павел Георгиев за превземането на Либа (= Лима) в 809 г. и събитията от Плиска в 811 г., действията на император Никифор I Геник ще обезсмислят нейното съществуване и функциониране. Историческата наука следва да се насочи към обясняването на действията на българското държавно ръководство в периода 809 – 811 г., ако действително Никифор Геник е влязъл в Либа (Лима) на Великден 809 г. С успешния пробив на Никифор Геник в 811 г. Византия надгражда тактическите и стратегическите си действия срещу България. Това ѝ позволява именно в най-добре укрепената част на Източна Стара планина, разположена непосредствено южно пред българските столици, директно да пробие българския отбранителен пояс и в два последователни похода да превземе и двете български столици.

Въпросът, погледнат от такъв ъгъл, би трябвало да доведе до значителни промени и корекции в българската медиевистика.

Като цяло, Първото Българско царство с някои изключения не съумява да осигури абсолютно ефикасно противодействие срещу византийската военна машина, вследствие на което на два пъти нейните столици са завладени.

ЛИТЕРАТУРА

Ангелов, 1976: Д. Ангелов. История на Византия 395-867. Ч. 1. София, 1976.

Божилов, Гюзелев 1999: Ив. Божилов, В. Гюзелев. История на средновековна България VII-XIV в. Т. 1. Издателска къща „Анубис“. София, 1999.

Георгиев, 2002: П. Георгиев. За столицата на Аспарухова България. – *Исторически преглед*, 2002, 5-6, с. 208-227.

Георгиев, 2009: П. Георгиев. За произхода на северите. – В: „България, земя на блаженни...“. In *Memoriam Professoris Iordani Andreevi*. Международна конференция в памет на проф. д.и.н. Йордан Андреев. Велико

Търново, 29-31 октомври 2009 г. Издателство „ИВИС”, Велико Търново, 2009, 155-180.

История на българите. Военна история. Издателство Знание. Книгоиздателска къща “Труд”. София, 2007.

История на България, 1981: История на България. Т. 2. БАН. София, 1981.

Момчилов, 1993: Д. Момчилов. Пътна и селищна система между Източна Стара планина и „Еркезията” IV-XIV в. (Върбишки, Ришки и Айтоски проход). Дис.

Момчилов, 1997: Д. Момчилов. Верегава (Едно мнение за топонима „Верегава”). – *Известия на историческия музей* Шумен, IX. Шумен, 1997, 106-130.

Момчилов 1999: Д. Момчилов. Пътна и селищна система между Източна Стара планина и „Еркезията” IV-XIV в. (Върбишки, Ришки и Айтоски проход). Книгоиздателство Зограф. Варна, 1999.

Момчилов, 2007: Д. Момчилов. Плиска и Маркели (средата на VIII – началото на IX в.). – В: Сб. Тракия и Хемимонт IV-XIV в. Т. 1. Книгоиздателство Зограф. Варна, 2007, 58-65.

Шкорпил, 1905: К. Шкорпил. Паметници в окрестностях Абобской равнины. – ИРАИК, X, 1905.

REFERENCES

Angelov 1976: D. Angelov. Istorica na Vizantia 395-867. Ch. 1. Sofia, 1976.

Bozhilov, Gyuzelev 1999: Iv. Bozhilov, V. Gyuzelev. Istorija na srednovkovna Bulgariya VII-XIV v. T. 1. Izdatelska kashta „Anubis”. Sofiya, 1999.

Georgiev 2002: P. Georgiev. Za stolitsata na Asparuhova Bulgariya. – Ipr., 2002, 5-6, 208-227.

Georgiev 2009: P. Georgiev. Za prozhoda na severite. – V: „Bulgariya zemya na blazheni...”.

In Memoriam Profesoris Iordani Andreevi. Mezhdunarodna konferentsiya v pamet na Prof. d.i.n. Iordan Andreev. Veliko Tarnovo, 29-31 oktombri 2009 g. Izdatelstvo „Ivis”, Veliko Tarnovo, 2009, 155-180.

Istoriya na balgarite. Voenna istoriya. Izdatelstvo „Znanie”. Knigoizdatelska kashta „Trud”. Sofiya, 2007.

Istoriya na Bulgariya 1981: Istorija na Bulgariya. T. 2. BAN. Sofiya, 1981.

Momchilov 1993: D. Momchilov. Patna I selishtna sistema mezhdu Iztochna Stara planina I „Erkesiyata” IV-XIV v. (Varbishki, Rishki I Aytoski prohod). Dis.

Momchilov 1997: D. Momchilov. Veregava (Edno mnenie za toponima Veregava). - *Izvestiya na Istoricheskiya muzei Shumen*, IX. Shumen, 1997, 106-130.

Momchilov 1999: D. Momchilov. Patna I selishtna sistema mezhdu Iztochna Stara planina I „Erkesiyata” IV-XIV v. (Varbishki, Rishki I Aytoski prohod). Knigoizdatelstvo Zograf. Varna, 1999.

Momchilov 2007: D. Momchilov. Pliska I Markeli (sredata na VIII – nachaloto na IX v.). – V: Sb. Trakiya I Hemimont IV-XIV v. Knigoizdatelstvo Zograf. Varna, 2007, 58-65.

Shkorpil 1905: K. Skorpil. Pamyatniki v okrestnostyah Abobskoy ravninoy. IRAIK, X, 1905.

ИЗВОРИ

Niceph. Patr.: Nicephori Patriarchae. Breviarium. – Гръцки извори за българската история, 3. София, 1960.

Theoph. Conf.: Theophanes Confessor. Chronographia. – Гръцки извори за българската история, 3. София, 1960.

ОБИКОЛКАТА НА ГЕНЕРАЛ КАУЛБАРС ПРЕЗ СЕПТЕМВРИ 1886 Г. И ОПИТЪТ НА РУСИЯ ДА НАЛОЖИ ПОЛИТИЧЕСКОТО СИ ВЛИЯНИЕ В БЪЛГАРИЯ

Гита Йовчева

THE TOUR OF GENERAL KAULBARS IN SEPTEMBER 1886 AND THE ATTEMPT OF RUSSIA TO IMPOSE ITS POLITICAL INFLUENCE IN BULGARIA

Gita Yovcheva

E-mail: gitajov4eva@abv.bg

ABSTRACT

The current study examines the question of the tour of General Kaulbars in Bulgaria in September 1886 and the attempt of Russia to impose its political influence in Bulgaria. The aims of the tour, the condition of the Shumen Garrison and Kaulbars' anti-government agitation, the reaction of the government, the society and the press against it, the role of the Russian imperial court and Kaulbars' fiasco have been consecutively examined and clarified.

On the basis of rich documentary and historiographic material, the following thesis was proved: the official Russian politics, acting subversively under the mask of providing “good advice” to the Bulgarian government, had only one goal: to depose the Regency and the lawfully elected government, not directly through a call for uprising, but through putting the Russophiles into power and imposing Russia's political influence in Bulgaria.

Key words: *tour, agitation, garrisons, Regency, political control*

Въведение

След принудителната абдикация на българския княз Александър I Батенберг през юни 1886 г., Русия си поставя за цел да възстанови своето влияние в България. За целта Петербург си служи с мисията на генерал Н. Каулбарс. Той пристига в София, за да съобщи на българския народ волята на цар Александър III: да се отложат изборите за Велико народно събрание за възможно най-далечния срок, незабавно да се отмени военното положение и да се освободят от ареста всички участници в преврата от 9 август 1886 г. Възраженията на българското правителство по така наречените „съвети” не спират руската страна. Каулбарс се обръща към българския народ с позиви, разнасяни от руски агенти (така наречените 12 точки), явява се на публичен митинг в София и влиза в директен спор с присъстващите.

Недоволен от настроението на столичани, той се опитва да влезе в допир с населението от страната, предприемайки обиколка из Се-

верна България – мярка, също толкова необичайна за международния дипломатически свят, както менторският тон и участието в политически митинги.

Проблемът за обиколката на Каулбарс из България е засяган неведнъж в българската историография. [1] В настоящето изследване авторът си поставя за цел да хвърли допълнителна светлина върху въпроса за преследваната от руската царска дипломация крайна цел. На базата на богат документален и историографски материал се доказва тезата, че за официалната руска политика, която всъщност действа подмолно, под маската на „добри съвети” към правителството, целта е една – снемане на Регентството и на законно избраното правителство, макар и не чрез пряк апел за въстание, поставяне на русофилите на власт и установяване на руско политическо влияние в България.

В изследването са използвани документи от Централен държавен архив, София, Български исторически архив на Народната библиотека „Св. св. Кирил и Методий”, както и

постиженията на съвременната историография по разглеждания проблем.

Целта на обиколката

Пред колегите си от дипломатическия елит Каулбарс посочва, че по заповед на императора следва да изясни действителните чувства на населението в България. Пред кореспондента на „Хавас“ обаче той заявява, че целта на обиколката му е не само да проучи „*какво е настроението на масата*“, но и *това „дали тя е съгласна със своето правителство в политиката му спрямо Русия.“* Пред българските министри Каулбарс дава различни обяснения за предстоящата обиколка: на министъра на вътрешните работи В. Радославов казва, че ще събира статистически сведения; [2], на външния министър Гр. Начович – че желае „*да изучи състоянието на нещата*“. [3] Според Симеон Радев, за разлика от официално заявените намерения на Каулбарс, сведенията, с които се сдобива българското правителство, са доста обезпокоителни: то се научава, „*че генералът подготвява едно обширно въстание, което трябваше да свали Регентството и да повери нему властта като диктатор в името на Русия.*“ Според този план в Северна България трябва да действа войската начело с Шуменския гарнизон, в Южна България – самото население, а обикаляйки, Каулбарс следвало да повдигне духа за този преврат. [4]

В писмото си до Захари Стоянов обаче министърът на външните работи Гр. Начович опровергава тези твърдения: „*Каулбарс няма намерение да напуца България, нито Русия да обяви война. Българският въпрос влезе в ръцете на великите сили, няма да се реши едностранчиво. Каулбарс отива [в] Орхание (дн. Ботевград), Свищов, Русе, Варна, Южна България да изучава общественото мнение.*“ [5] Показателни в това отношение са и изказаните от Ст. Стамболов и Р. Петров мисли в телеграмите им до Ст. Заимов, окръжен управител на Шумен, и до кап. С. Паприков: „*Според известията, които имахме откън, вече сме уверени, че чужда окупация няма да се допусне. Пазете реда и тишината и убедете по-горещите патриоти да имат повече вяра както в звездата на България, така и в хората, които днес са се натоварили да я управляват.*“ [6]

Цитираните документи опровергават поддържаната от С. Радев теза за целта на оби-

колката на генерал Каулбарс. В същото време трябва да се признае, че правителството не престава да се страхува от евентуални брожения, защото основните гарнизони в Шумен, Русе и Видин продължават да проявяват колебания. [7] От друга страна, подготовката на въстание трудно би могла да се свърже с исканията на генерала за освобождаване на участвалите в преврата офицери, защото те са поставяни многократно и преди. Освен това, целият политически елит и широката общественост в София са добре запознати с негативното отношение на Каулбарс към военните, участвали в преврата. „*Каулбарс каза на мене лично и на всички – пише Гр. Начович на З. Стоянов, които предадоха княза и славния си вожд, че те не могат да се върнат в българската войска никога. Нека това служи за урок на политизираните войски, особено шуменци.*“ [8]

Шуменският гарнизон и агитацията на Каулбарс

Отказът на правителството да изпълни исканията на Каулбарс се посреща с неодобрение от командирите на трите шуменски полка - капитаните Диков, Людсканов и Козарев. На 20 септември 1886 г., без да са подготвили нищо предварително, те отправят телеграма до правителството, с която настояват да се освободят всички арестувани дейци по преврата от 9 август 1886 г. и да се обърне внимание на нотата на генерал-майор Каулбарс от 15 септември 1886 г., за да не се стига до пълен разрыв с Русия. „*В противен случай гарнизонът счита себе си свободен да действа, както благоразсъди.*“ Оценявайки деликатността на момента, управляващите успокояват тримата командири, като ги уверяват, че „*Регентството показва спрямо Русия примирителен дух.*“ В телеграми до капитан Диков майор Рачо Петров посочва, че правителството само ще освободи арестуваните офицери, преди да отговори на Каулбарс, за да се види, че е по собствена инициатива. [9]

Докато от една страна управляващите действат внимателно с Шуменския гарнизон, от друга те започват да чистят войската от съмнителни военачалници. [10] По решение на правителството за Шумен и Варна заминава кап. Паприков, с цел да успокоява офицерите и войниците. От Търново за Шумен, по съвет на Тр. Китанчев, отпътува началникът на тп станция в Разград В. Загоров със заповед да

информира пряко Ст. Стамболов. По съвет на първия регент, Загоров трябвало да направи всичко възможно за сплотяването на партийните фракции в Шумен и да неутрализира действията на офицерите от гарнизона. Едновременно с това военният министър Д. Николаев повиква в София тримата бригадни командири от Северна България подполк. Филов (Русе), подполк. Шиваров (Шумен) и подполк. Любомски (Видин) под предлог, че ще заседават в главния военен съд. [11]

Антиправителствената агитация в Шумен продължава. Тук пристига един таен пратеник на Каулбарс, някой си Гарнаулт, драгоманин на руското консулство във Видин, със задача да преговаря с гарнизона. Доволен от мисията си, на 19 септември 1886 г. той заминава за Русе, за да докладва на руския консул. Още същия ден Шатохин телеграфира на Каулбарс: „Офицерите от Шуменския гарнизон посредством упълномощените капитан Москов и поручик Касабов ми изяха писмено своята готовност да се присъединят към исканията на императорското правителство и да признаят сегашното правителство за незаконно.“ Самият Шатохин с подписа си и с подписа на руския консул във Видин дава на Шуменския гарнизон 50 000 лв. от сумите на консулството за издръжка на гарнизона до назначаването на ново българско правителство. По повод на това той моли генерал Каулбарс да направи разпореждане „за доставяне в касата на консулството 100 хил. лв. за попълване окупационния фонд и секретните суми, изразходвани в течение на настоящата година.“ Генералът посреща с възторг предложението и обещава много повече. Информирайки Шатохин за предстоящата обиколка, Каулбарс нарежда да се съобщи на гарнизоните във всички консулски окръзи, че „освен отпускането на парични суми за издръжка на войската на ония гарнизони, които явно (гласно) се присъединят към исканията на императорското правителство, ще бъдат оказани всички възможни поощрения.“ [12]

Съдържанието на цитираните документи категорично потвърждава недопустимите действия на руския дипломатически агент в България, представляващи грубо вмешателство във вътрешните работи на страната.

Реакцията на правителството, обществеността и печата срещу агитацията на Каулбарс

Каулбарс тръгва от София на 22 септември 1886 г. Преди да замине, той иска от прави-

телството да му се дадат нужните съдействия от властите. Министерството на вътрешните работи му издава окръжно по администрацията, но в същото време предупреждава управителите в страната за истинската цел на обиколката на Каулбарс и ги подканя да вземат необходимите мерки за своевременното ѝ осуетяване. За целта по решение на правителството народният представител от Търново Захари Градинаров и майор Рачо Петров са изпратени в провинцията, за да организират движение срещу агитацията на Каулбарс. Задачата на двамата емисари е да настигнат генерала и после „да го предшестеуват навсякъде, като му устройват манифестации, враждебни на неговата мисия.“ [13]

„Днес в 2 часа след обяд, четем в телеграмата на министъра на вътрешните работи В. Радославов до окръжния управител на Враца, в града Ви ще пристигне руският дипломатически агент Каулбарс. Устройте щото, ако би желал да говори на народа, да му се заяви, че България не може за дълго да стои в неизвестност, че народът иска да станат скоро изборите за Велико народно събрание и да се избере княз. Освен това трябва да му се каже, че разпорежданията на регентството и правителството стават съгласно конституцията.“ [14]

По този начин предварително са формулирани исканията, които привържениците на управляващите следва да поставят пред Каулбарс. 1. Пълно доверие към правителството и регентството; 2. Незабавно свикване на Велико народно събрание за избиране на княз при строго спазване на конституцията. Платформата е разпространена навсякъде, където се очаквало да мине генералът. Междувременно вътрешният министър В. Радославов съветва З. Стоянов да се вземат мерки, щото Каулбарс „да узнае истинските желания на народа, а не прищевките на цанковистите“. Гр. Начович препоръчва да се работи и сред военните, като им се внушава, че най-безопасният и честен начин е „военна дисциплина, Народно събрание и изходяща от него власт“. [15]

Едновременно с това в различни селища на страната правителството организира митинги в подкрепа на съществуващата власт. На тях категорично се отхвърлят руските искания, заявява се открита подкрепа на регентството, като се настоява за наказване на превратджиите и под никакъв предлог да не се отсро-

чват изборите за Велико народно събрание. [16]

Паралелно с това се предприема масирана кампания против генерала от страна на проправителствения печат. Особено активен е започналият да излиза под редакцията на Д. Петков вестник „Независима България“, а Захари Стоянов публикува серия от статии срещу мисията на Каулбарс в русенския вестник „Славянин“. [17]

По време на обиколката си Каулбарс посещава Орхание (дн. Ботевград), Враца, Кнежа, Плевен, Свищов, Русе Шумен и Варна. Навсякъде сценарият е отлично отработен от изпратените преди него правителствени емисари. Във всяко селище до идването на генерала е „организирано събрание, излъчвала се депутация, която да му предаде желанията на народа.“ [18] Пред Каулбарс обаче се явяват и привърженици на Русия в случаите, когато генералът се отклонява от предварителния маршрут и правителствените емисари не успяват да подготвят почвата. Такъв е случаят със селяните в района на село Ребърково, [19] а след това и във Враца. [20]

На път за Плевен, преминавайки през Бяла Слатина и Кнежа, генерал Каулбарс, поставя акцент най-вече на отлагането на изборите за Велико народно събрание. Според него „трябвало да се изберат депутати, които не принадлежат на никаква партия, тъй като тези депутати ще трябва да изберат княз на България“. [21] Следователно, след като не успява да наложи отлагането на изборите, сега той иска да ги бойкотира чрез масите.

Когато пристига в Плевен, Каулбарс е посрещнат само от една група русофили. Докато пребивава в града, никой от администрацията не му се представя, а от съда той е посетен единствено от прокурора. [22] Въпреки достатъчния си престой в Плевен, руският дипломатически агент не успява да се срещне с военните в града поради забраната на кап. Маринов да се осъществяват каквито и да е контакти с него. [23]

Обиколката на Каулбарс продължава доста безславно. В Свищов също го посрещат едва 20–30 души. Докато тече визитата му, генералът получава няколко шифровани телеграми от руския консул Шатохин. Последният настоява Каулбарс час по-скоро да дойде в Русе, където го очаквали, за да преминат заедно с Шумен на страната на Русия, т.е. „да се обявят съвършено независими и да тръгнат ед-

новременно със своите гарнизони към Търново.“

В Русе положението наистина е тревожно. Причината обаче е не подготовката на въстание, както твърди С. Радев, [24] а сериозните противоречия между офицерите, от една страна, и административната и полицейската власт в града, която подлага на безцеремонна саморазправа цивилни граждани и офицери. Сблъсъкът датира още от времето на контрапреврата, [25] но недоволството на офицерите непрекъснато ескалира, подклаждано от редица нови инциденти. Така, под натиска на външни събития, възгледите на повечето от тях започват постепенно да се разграничават от политиката на регентството. Точно това засилва опасенията на окръжния управител Мантов и ревностния защитник на правителството Захари Стоянов. Те обаче търсят причините за недоволството на част от офицерите и гражданите в града в действията на руското консулство. [26]

Точно в този критичен момент, късно вечерта на 26 септември 1886 г., Каулбарс пристига в Русе, посрещнат единствено от Шатохин с персонала на консулството. На следващия ден генералът посещава консулите и чрез писмо до бригадния командир подполк. Филлов иска среща с офицерите в града, за да им съобщи волята на императора. Молбата е изпълнена, но по-голямата част от офицерския състав отказва да се срещне с Каулбарс. Те заявяват, че ако Филлов желае, може да се яви пред генерала, но „не като комендант или бригаден командир, а като частно лице.“ [27] Филлов действително посещава Каулбарс. Какъв точно разговор е воден, не е известно, но след срещата генералът заявява, че „Русчушкият гарнизон постъпил „подло“ спрямо него.“ [28]

По време на престоя си в Русе Каулбарс приема две депутации в руското консулство. Една на русофилите, водена от Теодор Теодоров, и втора на привържениците на правителството, водена от Захари Стоянов. Срещата с последните е твърде кратка. Каулбарс ги посреща много сурово и не ги допуска да влязат в салона. От прага той им съобщава с няколко думи волята на императора и напуска. [29] Така, без да постигне успех, още на следващия ден генералът заминава за Шумен.

Каулбарс и руският императорски двор

Въпреки очевидното фиаско на политиката си в България, Каулбарс системно заблуждава

императора. Така на 26 септември 1886 г., когато пристига в Русе той пише на руския външен министър Гирс, че е направил изключително впечатление при обиколката си в страната. Каулбарс докладва, че „незаконните власти подхвърлят на нечовешки наказания и убиват хора” и че руските поданици в България са почти толкова изложени на опасности, колкото и самите българи. „Вследствие на това, пише той, *възнамерявам да прекратя обиколката си из България.*” [30]

Вероятно тази телеграма е оказала доста силно въздействие върху руския император, защото той наистина заповядва „на командира на Черноморския порт” да приведе в готовност три военни парахода, които да заминат за Варна. На 27 септември 1886 г. външният министър Гирс телеграфира на Каулбарс, че на него се предоставя възможността да съобщи на одеския временен генерал-губернатор кога да отпрати във Варна трите военни парахода, както и да уведоми него самия.

Преценявайки реалното положение в България, Каулбарс отговаря, че „*засега една военна демонстрация е излишна, тъй като регентството ще бъде свалено от войската.*” Точно тук трябва да се посочи, че в конкретния случай както пълномощията на Каулбарс, така и значението на неговото мнение в решението на руското правителство по „българския въпрос” са доста преувеличени. Дневникът на Ламсдорф свидетелства, че цялата външна политика на Русия се провежда лично от императора. [31]

Фиаското на Каулбарс в Шумен и Варна

На 28 септември 1886 г. Каулбарс заминава от Русе, без да постигне резултат за присъединяването на Русенския гарнизон към исканията на императорското правителство. [32] Сега най-големите надежди на генерала почиват на решителността на Шуменския гарнизон. Но и тук очакваното не се покрива с реалността. Каулбарс пристига в Шумен след острия сблъсък между опозицията и привържениците на правителството в града. Двете граждански събрания, проведени на 24 септември 1886 г., завършват в полза на Регентството. Останала в малцинство, русофилската опозиция се оттегля от разискванията и започва да действа самостоятелно. [33] На 27 септември 1886 г., един ден преди Каулбарс, в града пристигат и двамата правителствени

емисари Р. Петров и З. Градинаров, за което окръжният управител Ст. Заимов е предварително уведомен. [34]

Управляващите в София са сериозно обезпокоени от събитията в Шумен, защото малко преди това в града са и кап. Паприков, и кап. Паничерски от Варна, и активният правителствен привърженик В. Загоров. Повлияни от събитията тук, младите офицери започват да негодуват още по-силно срещу полковите командири. От София регентът Ст. Стамболов ги насърчава още повече. Той телеграфира на В. Загоров: „*Със Заимова съберете тайно долните офицери, които са нам предани. Покажете им, че полковите им командири ги тикат към предателство, и да не слушат техните лоши съвети.*” [35]

На 27 септември 1886 г. офицерите от Преславския полк, а по-късно и тези от кавалерийския, заставят своите командири да престанат да политиканстват и да изпълняват точно разпорежданията на правителството. В противен случай те предупреждават, че ще вземат строги мерки. Единствено артилеристите не се подчиняват, но лишени от подкрепата на пехотата, те не са в състояние да предприемат реални действия. [36] По повод отдръпването на българските гарнизони руският консул във Видин на 29 септември/11 октомври 1886 г. пише следното на руския посланик в Константинопол Нелидов*: „*Движението на гарнизоните, на което възлагаме надежда до последната минута, очевидно замя.*” [37]

Вечерта на 27 септември 1886 г. в Шумен е проведен митинг на правителствените привърженици. Взема се решение руският генерал да бъде поздравен с „добре дошъл”, но в същото време да му се покаже ясно, че населението стои твърдо зад своите управляващи. [38]

Каулбарс пристига в Шумен, когато всичко това вече е приключило. Никой от полковите командири не го посреща. Доста нелицеприятно е и отношението на населението. Още на следващия ден то се събира на спонтанен митинг в подкрепа на правителството, скандирайки „*Да живее свободна България.*” [39] Едва вечерта тримата полкови командири, капитаните Диков, Людсканов и Козаров се представят на Каулбарс. Генералът отново подчертава, че бившият княз Батенберг не може да бъде преизбран. Той посочва, че „*трябва да се назначи ново правителство, в което да не участва Стамболов, а Каравелов*

да бъде в министерството.” Изричната воля на императора, съобщава Каулбарс е „че Русия не ще признае нито това Велико народно събрание, нито пък решенията му.” [40]

На 29 септември 1886 г. генералът заминава за Варна. Тук едно огромно множество българи, гърци, гагаузи, татари, евреи го посреща с възгласите „Долу!” Единствено една десетчленна депутация от русофили е допусната в консулството. Налага се да се поставят караули, за да се спре напорът на недоволните. [41]

Така, преследван от множеството, Каулбарс завършва твърде безславно десетдневната си обиколка в Северна България. Тактиката на генерала, съгласувана с руското правителство през цялото време на неговото пътуване, крие много рискове и опасност от ескалация на напрежението в страната. В българската историография тя обикновено се оценява като „грешка и непохватни действия”, но всъщност повече от очевидно е, че става въпрос за груба намеса във вътрешните работи, и то в един момент, когато страната е в предизборна кампания. Опитите на Каулбарс да влезе в контакт с офицерите от гарнизоните в Свищов, Шумен, Видин, Русе, Варна, Плевен и пр. и да ги агитира да застанат срещу собственото си правителство може и да не са пряк апел за въстание, но във всички случаи целят да предизвикат повторна намеса на армията във вътрешнополитическия живот и в борбите на партиите.

Заклучение

Недоволен от настроението на столичани, Каулбарс се опитва да влезе в допир с населението от страната, предприемайки специална обиколка в Северна България. Пред дипломатическия елит генералът определя целта ѝ като опит да се проучат действителните чувства на населението в страната, т.е. дали то е съгласно със своето правителство в политиката му спрямо Русия. Тезата на някои автори, че всъщност се подготвя въстание за сваляне на Регентството и поставянето на Каулбарс като диктатор в името на Русия, не се потвърждава от сериозна документация. Факт обаче е, че по време на обиколката си в Северна България руският генерал извършва безпрецедентни за един дипломатически агент действия – преговори с военни гарнизони и снабдяването им с парични средства, откривена агитация срещу правителството,

опити за привличане срещу парични суми и всякакви други поощрения на нови военни части, ако те се присъединят към исканията на императорското правителство. И всичко това е във време, когато страната е в предизборна кампания. Налице е недопустимото за един дипломатически агент грубо вмешателство във вътрешните работи на държавата, в която е акредитиран. За официалната руска политика, която всъщност действа подмолно, под маската на „добри съвети” към правителството, целта е ясна – снемане на Регентството и на законно избраното правителство, макар и не чрез пряк апел за въстание, поставяне на русофилите на власт и установяване на руско политическо влияние в България. Подобно поведение в която и да е демократична страна незабавно би попаднало под ударите на закона. Въпреки това българското правителство се държи повече от толерантно към твърде необичайните действия на руския дипломатически агент. То не влиза в пряк сблъсък с генерала, а действа превантивно срещу евентуално брожение във войската и опитите на Каулбарс да установи контакт с русофилски настроените офицери и част от населението. Регентството и правителството използват всички възможни средства, дори непозволенни, и успяват да постигнат целта си – да покажат на международната общественост, че народът стои твърдо зад своите управници и напълно одобрява тяхната политика.

БЕЛЕЖКИ

1. Радев, С. *Строителите на съвременна България*. София, Български писател, 1990, т. 2; Попов, Р. *България на кръстопът. Регентството 1886–1887*. София, Унив. изд. „Св. Климент Охридски”, 1991; Стателова, Е., Р. Попов и В. Танкова. *История на българската дипломация 1879–1913*. София, Отворено общество, 1994.

* „Хавас” – име на най-голямата френска телеграфна агенция, основана в 1835 г. от френския журналист Шарл Хавас.

2. Радев, С., *Строителите ...*, т. 2, с. 313.

3. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а.е. 253, л. 13.

4. Тази теза, която се гради главно на спомени на В. Радославов и на ген. Михаил Савов (тогава капитан), не се потвърждава от сериозна документация, както и от преписката на членовете на регентския съвет и на правителството. Тя се отхвърля категорично и от Р. Попов, един от най-задълбочените изследова-

тели на този период в съвременната историография, както и от А. Пантев, Е. Стателова и Ст. Грънчаров; Вж. Радев, С., *Строителите ...*, т. 2, с. 313, 670; Попов, Р. *България на кръстопът ...*, с. 139.

5. БИА-НБКМ, ф. 14, а. е. 344, л. 1-2. Начович от София до З. Стоянов в Русе, 22 септ. 1886.

6. Пак там, ф. 63, а. е. 97, л. 839–850. Стамболов и Р. Петров до Ст. Заимов и Ст. Паприков в Шумен, [септември] 1886.

7. Радев, С., *Строителите ...*, т. 2, с. 314.

8. БИА-НБКМ, ф. 14, а. е. 344, л. 1–2. Начович от София до З. Стоянов в Русе, 22 септ. 1886.

9. Радев, С., *Строителите ...*, т. 2, с. 313–315.

10. БИА-НБКМ, ф. 63, а. е. 97, л. 677. Стамболов и Р. Петров до Ст. Заимов и Ст. Паприков в Шумен, [септември] 1886.

11. Вж. Радев, С., *Строителите...*, т. 2, с. 318–321.

12. Пак там, с. 316–318.

13. Пак там, с. 321–322.

14. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а.е. 1943, л. 77. В. Радославов от София до окръжния управител във Враца (септ. 1886).

15. БИА-НБКМ, ф.14, а.е. 344, л. 1-2. Начович до З. Стоянов, 22 септ. 1886.

16. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а.е. 1943, л. 168. Тел. от Котел до Радославов, 23 септ. 1886; л. 169. Тел. от Тутракан до Радославов, 23 септ. 1886; л. 173. Тел. от Елена до Радославов, 23 септ. 1886; л. 174. Тел. от Никопол до Радославов, 23 септ. 1886; л. 176. Тел. от Казанлък до Радославов, 23 септ. 1886; л. 177. Тел. от Севлиево до Радославов, 23 септ. 1886.

17. Попов, Р., *България на кръстопът.*, с. 142.

18. За посещението на ген. Каулбарс виж подробно ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а.е. 1943, л. 146-148. Симов от Орхание до Радославов, 22 септ. 1886.

19. Радев, С. *Строителите ...*, с. 324.

20. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а.е. 1943, л. 214-215. З. Градинаров от Враца до Начович, 23 септ. 1886.

21. Попов, Р. *България на кръстопът.*, с. 142.

22. Новое време, 10 октомври 1886; Радев, С. *Строителите ...*, т. 2, с. 326.

23. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а.е. 1943, л. 124. Щърбанов, окръжен управител в Плевен, до Радославов, 25 септ. 1886.

24. Радев, С., *Строителите..*, т. 2, с. 326–328.

25. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1032, л. 7–8.

26. Пак там, л. 242–244. Зах. Стоянов и Д. Мантов от Русе до (Радославов) в София, 21 септ. 1886.

27. Телеграма от Паприков до Рачо Петров; Радев, С. *Строителите...*, т. 2, с. 330–332.

28. Телеграма от Паприков до Рачо Петров; Пак там, с. 332.

29. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1943, л. 93. Зах. Стоянов от Русе до Радославов (септември 1886).

30. Телеграма от Паприков до Рачо Петров; Радев, С. *Строителите ...*, т. 2, с. 333–334.

31. Пак там, с. 334.

32. Пак там, с. 334–335.

33. Пак там, с. 335–336.

34. АБАН, ф. 19К, а. е. 10, л. 161. Загорев от Разград до Ст. Заимов в Шумен, 27 септ. 1886; Попов, Р. *България на кръстопът...*, с. 144.

35. БИА-НБКМ, ф. 63, а. е. 97, л. 652–653. Записка на Стамболов до Загорев в Шумен, (септември 1886).

36. Радев, С. *Строителите..*, т. 2, с. 335–336.

* Нелидов, Александър Иванович (1835–1910) – Посланик на Русия в Цариград (1883–1897).

37. Авантюри..., с.№ 21, с. 26.

38. Попов, Р. *България на кръстопът.*, с. 145.

39. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1943, л. 94. М. Радославов от Шумен до Ст. Стамболов и В. Радославов, (септември 1886).

40. Радев, С. *Строителите..*, т. 2, с. 338–339.

41. Пак там, с. 339–340.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авантюри русского царизма в Болгарии. Сборник документов, Составитель П. Павлович. Москва, 1935, № 21.

2. БИА-НБКМ, ф. 14, а. е. 344.

3. БИА-НБКМ, ф. 63, а. е. 97.

4. Попов, Р. България на кръстопът. Регентството 1886–1887. София, Унив. изд. „Св. Климент Охридски”, 1991.

5. Радев, С. Строителите на съвременна България. София, Български писател, 1990, т. 2.

6. Стателова, Е., Р. Попов и В. Танкова. История на българската дипломация 1879–1913. София, Отворено общество, 1994.

7. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а. е. 253.

8. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1032.

9. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1943.

REFERENCES

1. Avanturi ruskovo carizma v Bulgarii. Sbornik dokumentov, Sostavitel P. Pavlovich, Moskva, 1935, № 21.

2. BIA - NBCM, F 14, a. e. 344.

3. BIA - NBCM, F 63, a. e. 97.
4. Popov, R. Bulgaria na krastopat. Regentstvoto 1886 – 1887. Sofia, Univ. izd. „Sv. Kliment Ohridski”, 1991.
5. Radev, S. Stroitelite na savremena Bulgaria. Sofia, Balgarski pisatel, 1990, t. 2.
6. Stelova, E., R. Popov and V. Tankova. Istoria na balgarskata diplomacia 1879 – 1913. Sofia, Otvoreno obshtestvo, 1994.
7. CDIA, F 176K, op. 1, a. e. 253.
8. CDIA, F 313K, op. 1, a. e. 1032.
9. CDIA, F 313K, op. 1, a. e. 1943.

ИЗБОРИТЕ ЗА ВЕЛИКО НАРОДНО СЪБРАНИЕ ПРЕЗ 1886 Г., ГЕНЕРАЛ КАУЛБАРС И РЕГЕНТСТВОТО

Гита Йовчева

THE ELECTION FOR GRAND NATIONAL ASSEMBLY IN 1886, GENERAL KAULBARS AND THE REGENCY

Gita Yovcheva

E-mail: gitajov4eva@abv.bg

ABSTRACT

The present study examines the question of the election for Grand National Assembly in September 1886 and the unprecedented clash between the Russian diplomatic representative in Bulgaria, General Kaulbars and the Bulgarian authorities. The situation in the country in the eve of the election and on the election day, the actions of the government and the reactions of the Great Powers, the Bulgarian society and the Russophile opposition are consecutively given.

On the basis of rich documentary and historiographic material, the following thesis was proved: this small event was not only another parliamentary election, but an action of great magnitude for the very existence of the newly re-established Bulgarian state. In fact, at this very moment the Grand National Assembly appeared to be the most powerful weapon for defending the liberty and the independence of new Bulgaria against the foreign interference and establishment of total political control by Russia.

Key words: *election, Grand National Assembly, political control, opposition*

ВЪВЕДЕНИЕ

Съединението на Княжество България и Източна Румелия през септември 1885 г. предизвиква основателния възторг на всички българи зад и в пределите на страната. В същото време актът на 6 септември не се посреща еднозначно от европейския политически свят. Извършено без участието и с предварителното одобрение на Русия, Съединението предизвиква гневната реакция на Петербург. Недоволството на руския политически елит се фокусира главно върху личността на българския владетел княз Александър I Батенберг. Според царската дипломация именно той „отчуждава българския народ от Русия и го поставя в услуга на Австрия и Англия – заклетии врагове на Русия.” [1] Определяйки княз Батенберг като главна пречка в своята източна политика, руските управляващи подготвят детронацията на българския владетел, без да предложат негов заместник. Възниква така нареченият „български въпрос”, който се превръща в съществена част от балканската политика на Европа.

В стремежа си към установяването на пълен политически контрол в България Петербург разчита главно на крайните русофили в България. Според руския политически елит поставянето им на власт с руска помощ би довело до промяна на българската конституция в реакционен дух и до пълното подчинение на страната. Другият възможен вариант е предизвикването на вътрешни размирици, бунтове и въстание, които да предизвикат руската намеса. За осъществяването на тази линия в един от двата варианта, руското правителство организира мисията на генерал Н. В. Каулбарс*, руски военен аташе във Виена.

Като извънреден пратеник на царя въпросният дипломатически представител е натоварен със задачата да принуди властите в София да приемат руските искания за незабавно отлагане на изборите за ВНС, отмяна на военното положение и освобождаване от ареста на участниците в преврата на 9 август 1886 г. [2]

Поставянето на подобни искания, обиколката на Каулбарс из България и безпрецедентното му участие в политически митин-

ги представляват нарушение на международното право и грубо вмешателство във вътрешните работи на страната. Без да влизат в пряк сблъсък с царския дипломат, управляващите в София използват всички възможни средства, дори и непозволени, за да покажат на международната общественост, че народът стои твърдо зад своите управници и напълно одобрява тяхната политика.

Въпросът за изборите за Велико народно събрание е засегнат в трудовете на редица български учени [3] когато разглеждат проблема за българската криза след Съединението на България. Настоящото изследване си поставя за цел да хвърли допълнителна светлина върху сложните взаимоотношения между Русия и България и позицията на всяка една от тях за необходимостта от провеждане или отлагане на изборите за Велико народно събрание през 1886 г.

На базата на богат документален и историкографски материал се защитава тезата, че това не е просто поредният избор на депутати, а действие със съдбоносно значение за самото съществуване на новоосвободената българска държава. Всъщност, точно това Велико народно събрание се явява най-мощното оръжие срещу чуждата намеса и установяването на пълен политически контрол от страна на Русия, оръжие за трайно отстояване на свободата и независимостта на нова България.

В изследването са използвани документи от Централен държавен архив, София, Български исторически архив на Народната библиотека „Кирил и Методий“, както и постиженията на съвременната историография по разглеждания проблем.

В навечерието на изборите

Предстоящите избори за Велико народно събрание са третите поред след възстановяването на българската държава. В сравнение с предходните две, това Велико народно събрание е с огромно значение за бъдещето на страната. Незабавният избор на народното представителство към този момент не е обикновен избор на депутати, а сериозна преграда срещу опитите за чужда намеса във вътрешните работи на страната и установяване на пълен политически контрол.

Към настоящия момент правителството има всички основания да се надява на успех в предстоящите избори на 28 септември 1886 г. Уморено от непрестанните борби, чакащо ред

и спокойствие, населението инстинктивно би подкрепило властите. По-голямата част от интелигенцията е пропита от националистически дух. Противниците на режима, русофилите са доста разколебани. Всъщност, в навечерието на изборите гражданската опозиция е изправена пред сериозна дилема – изборите приближават, а генерал Каулбарс настоява за тяхното отлагане. Това води до колебание и липса на съгласуваност между отделните опозиционни групи. Изключение прави позивът от 22 септември 1886 г., на Централното бюро на опозицията в София до единомишлениците им. Ако се погледнат имената на подписалите позива обаче Др. Цанков (председател), Боне Петров (подпредседател) и Т. Бурмов, Н. Сукнаров, М. Балабанов, д-р Шишманов, д-р Я. Геров, д-р Ст. Данев, Д. Ножаров, М. Сарафов, Д. Шишков (членове) ясно се вижда, че в общи линии те са представители на цанковистката русофилска политическа група. В позива се посочва, че Русия няма да признае бъдещото Велико Народно събрание, защото го счита за незаконно. Оттук се прави извода, че привържениците на опозицията не трябва да участват в изборите. [4] Така те не очакват никакво разрешение на кризата със законно допустимите средства. Единствената им надежда за промяна на статуквото остават или един бунт или една руска окупация. Освен това навсякъде където минава Каулбарс препоръчва на руските привърженици да се въздържат от гласуване.

Въпреки че има всички основания да мисли за успех, правителството предприема допълнителни мерки, за да си осигури победата. Освен окръжните до партийните бюра, най-строги наставления се изпращат и до администрацията и до военните. Д-р К. Стоилов мобилизира и прокурорите. В едно окръжно до тях той апелира да се вземат законни мерки срещу всеки опит за размирици в държавата и компрометиране на *„независимостта и свободата на България, чрез нарушение на законите.“* [5] Причината за това окръжно са многобройните донесения за агитация на руски агенти сред населението за скандали в изборния ден. До този момент, поради режима на капитулациите, полицията не смее да действа решително срещу действията на руски поданици, на територията на страната, които обикновено служат за агенти на руското консулство. Целта на въпросното окръжно е да се внуши точно на тях, *„че тоя път властите няма да се шегуват.“* За да няма

повод Русия да се счита обидена, на 27 септември 1886 г. българският външен министър Гр. Начович изпраща нота до всички дипломатически представители в София, с искане да наредят на сънародниците си да стоят настрана от изборната борба. Той добавя, че онези чужденци, които се намесят в изборите, ще бъдат експулсирани. [6]

Всички дипломатически агентства посрещат нотата с недоволство. Представителите на Англия, Италия, Белгия, Австро-Унгария и Гърция отправят оплакване в министерството на външните работи в София. [7] Руското агентство обаче реагира най-остро, защото усеща, че въпросното предупреждение е насочено срещу неговите намерения. В специална нота до Гр. Начович, също от 27 септември 1886 г., управляващият руското дипломатическо агентство в София А. В. Неклюдов заявява, че „*представителите на руското правителство в България ще съумеят да защитят своите поданици против всяко насилие на властите...*” Нещо повече, Неклюдов предупреждава, че „*всяка размяна на ноти се спира между руското императорско дипломатическо агентство и българските управници*” до получаването на нови инструкции от генерал Каулбарс. [8]

Тази твърда позиция изненадва дипломатическите представители на великите сили в София. Тя се разглежда като неблагоприятен знак за предстоящо скъсване на отношенията между България и Русия, [9] независимо, че още на следващия ден по нареждане на генерал Каулбарс размяната на ноти с българското правителство е възобновена. [10]

Въпреки това политическата обстановка в София ескалира. Всички дипломати с изключение на френския и германския напускат позицията на неутралитет, а някои от тях активно настройват правителството срещу Русия. Така във вътрешнополитическите борби все по-открито се намесват външни сили, което изостря още повече дипломатическата криза. [11]

В навечерието на изборите, 27 септември 1886 г., опозицията открито оповестява решението си да не участва в тях. [12] На своите митинги в изборния ден, тя приема редица резолюции, в които протестира срещу „*избирането сега на депутати за Велико народно събрание*”, изказва нежеланието си за участие в изборния процес и настоява да се слуша Русия. [13]

На митинга в Свищов открито се заявява, че изборите не могат да се смятат за свободни, защото избирателите са застрашени от страна на официалните власти и защото стават против съветите на Русия, която няма да признае за законно избраното Велико народно събрание. [14] Във Видин много граждани са арестувани и тероризирани от властите. В Лом избиратели се явяват пред урните, но отказват да гласуват. [15]

Една солидна група български селяни, се опитва да създаде безредици в изборните бюра в столицата. Разгонени с помощта на полицията, част от тях се скрива в двора на руското агентство. Привечер селяните са изведени, и отведени в казармите на 1-ви пехотен полк, където пък са бити безмилостно. [16]

В инцидента неволно е замесено и английското агентство, съседно на руското, чиято сграда е ударена от 2 куршума. Неклюдов е принуден да пише на английския дипломатически агент, за да се извини като казва, „*че това били само два изстрела.*” [17] Този нелицеприятен епизод описва достатъчно ясно картината в страната в навечерието на изборите - подстрекателството на Русия, антиправителственото поведение на русофилите, крайната реакция на властите, позицията на великите сили.

Изборният ден, реакцията на Русия и българската общественост

В самия ден на изборите 28 септември, българският външен министър Гр. Начович получава две ноти от Ал. Неклюдов. В първата се съобщава за подновяване на писмените отношения между руското дипломатическо агентство и българското министерство на външните работи, както и за енергичния протест срещу окръжното на министъра под № 4352. Във втората, открито се заявява, че руското правителство счита изборите за незаконни. [18] На 1/13 октомври 1886 г. съобщението е потвърдено с официална нота на генерал Каулбарс. [19]

Двете ноти са последвани от разпореждане до управляващия руското консулство в Пловдив Игелстром с потвърдената констатация, че изборите са незаконни. Копие от разпореждането е връчено на префекта на града П. Димитров. [20] На 29 септември е изпратена трета нота. С нея се протестира за нападението, което било извършено с камъни от тълпа-

та върху агентството, и за побоя, нанесен на селяните.

С подобавашо спокойствие българският външен министър отговаря с три ноти: две от 1-ви октомври и една от 2-ри. В първата Гр. Начович коректно обяснява, *"че българските министри могат да получават порицания само от народното представителство, както е установено във всички конституционни страни."* С втората, изрично се посочва, че единствено Народното събрание може да се произнася по законността на изборите. В третата нота, българският външен министър без притеснение заявява, че нарушителите на обществения ред не заслужават закрила, каквато им оказва руското агентство. [21] Въпреки предприетите мерки изборите са белязани от кървав инцидент в Дупница, което по жестокостта си надминава всичко видяно до този момент в България. Безредиците са провокирани от русофилите, които се обявяват за бойкота на изборите. Резултатът е грозното убийство на околийския началник на полицията Димитров, народните представители Хр. Зографов и Х. Грънчаров и учителят Папучийски. Редът е възстановен едва привечер с помощта на един ескадрон от Самоков. На другия ден започват арести, но главните виновници успяват да избягат. Повечето от тях се скриват в руското агентство в София. [22]

Събитията в Дупница предизвикват потресаващо впечатление в цялата страна. Значителна част от българската общественост е на мнение, че те до голяма степен са резултат от пагубната дейност на генерал Каулбарс и неговата антиправителствена агитация. Фактът, че един чужд агент, със своите неадекватни действия тласка народа към братоубийство, предизвиква сериозно брожение сред привържениците на правителството и Регентството. В същото време русофилите обвиняват властите в терор, грубо нарушаване на изборното законодателство и сериозен натиск върху избирателите да изразяват свободно волята си преди и по време на изборите.

Критичността на положението в страната обаче не се дължи на издевателствата на полицията или на партизанските шайки, неизбежни в такива случаи, колкото на обстоятелството, че нито една от великите сили не се ангажира с конкретна кандидатура за българския престол, което би ликвидирало кризата във властта и би довело до нормализиране на международното положение на страната.

Напротив, една от тях, освободителката за всички българи проиграва подходящия момент за адекватно разрешаване на висящите между двете страни въпроси. Нотите на руското правителство за непризнаване изборите за Велико народно събрание имат крайно негативни последици за бъдещите взаимоотношения между двете държави. Трансформирането на недоволството от събитията около изборите в официална позиция на непризнаването им от Русия, на практика оформя нейната твърда отрицателна позиция към бъдещата дейност на Великото народно събрание. По този начин всички възможни пътища за постигане на компромис между двете страни са унищожени. Така с крайно негативното си отношение към управляващите в България царската дипломация подтиква официална София да търси подкрепа от нейните противници.

Заклучение

Въпреки недопустимата агитация на генерал Каулбарс и подмолните действия на руската дипломация, изборите за Велико народно събрание стават факт. Независимо от предприетите мерки, те са белязани от крайни и кървави инциденти. Обвиненията за случилото се са с двупосочен адрес. Привържениците на правителството обвиняват безпрецедентната антиправителствена агитация на генерал Каулбарс, подтикваща към братоубийство, докато русофилите уличават властите в терор, нарушаване на изборното право и груб натиск върху населението да изрази свободно волята си. Посочените документи потвърждават тезата и на двете страни, но всъщност причината за съществуващия хаос и грубото нарушаване на закона се корени в неуреденото международно положение на страната. Към настоящия момент нито една от великите сили не се ангажира с конкретна кандидатура за българския престол, което би ликвидирало кризата във властта и би стабилизирало страната. Нещо повече, в стремежа си да установи пълен политически контрол в България, освободителката Русия пропуска благоприятния момент за адекватно решаване на спорните въпроси между двете страни. С непризнаването на изборите за Велико народно събрание тя оформя своята отрицателна позиция към бъдещата му дейност, прекъсва всички възможни пътища за постигане на компромис между двете страни и на прак-

тика тласка България да търси подкрепа от най-отявлените противници на Петербург.

Повече от очевидно е, че това на пръв поглед дребно събитие от новата история на България не е просто поредният избор на депутати, а действие със съдбоносно значение за самото съществуване на възстановената българска държава. Всъщност, точно това Велико народно събрание се явява най-мощното оръжие срещу чуждата намеса и установяването на пълен политически контрол от страна на Русия, оръжие за трайно отстояване на свободата и независимостта на нова България.

БЕЛЕЖКИ

1. Панайотов, Ив., *Русия, великите сили и Българският въпрос след избора на княз Фердинанд (1888–1896 г.)*, София, 1941, с. 77.

* Каулбарс, Николай Василевич, барон (1842–1905) – руски военен деец и дипломат, генерал. По време на Руско-турската освободителна война 1877–1878 г. участва като нач.-щаб на гвардейска дивизия.

2. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а.е. 253, л. 2.

3. Грънчаров, Ст., *Политическите сили и монархическият институт в България 1886–1894*, София, Наука и изкуство, 1984; Попов, Р., *България на кръстопът. Регентството 1886–1887*, София, Унив. изд. „Св. Климент Охридски”, 1991; Радев, С., *Строителите на съвременна България*, София, Български писател, 1990, т. 2; Стателова, Е., Р. Попов и В. Танкова. *История на българската дипломация 1879–1913*, София, Отворено общество, 1994;

4. БИА-НБКМ, ф. 11, а. е. 12, л. 62. Позив на Централното бюро на опозицията до съмишлениците им, София, 22 септ. 1886.

5. Радев, С., *Строителите ...*, с. 342.

6. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а. е. 253, л. 15. Циркуляр на Начович, 27 септ. 1886.

7. Попов, Р., *България на кръстопът...*, с. 149.

8. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а. е. 253, л. 16. Ал. Неклюдов до Начович, 27 септ. 1886. Част от нотата е цитирана от С. Радев в *Строителите ...*, т. 2, с. 342–343.

9. Попов, Р., *България на кръстопът...*, с. 149.

10. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а. е. 253, л. 17. Ал. Неклюдов до Начович, 28 септ. 1886.

11. Попов, Р., *България на кръстопът ...*, с. 149.

12. Още по-рано от тази дата става ясно, че на отделни места опозицията съветва съмишле-

ниците си да не участват в изборите. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1943, л. 72. Ваклидов от Панагюрище до Радославов, 23 септ. 1886.

13. БИА-НБКМ, ф. 63, а. е. 999, л. 105. Резолюция от митинг във Видин до регентите и министрите в София, 28 септ. 1886.

14. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1942, л. 220–224. Окръжен управител в Свищов Иванов до Радославов, 23 септ. 1886.

15. Пак там, л. 58. Берковски от Лом до Радославов, 28 септ. 1886.

16. Докато са в двора на агентството се стига дори до сблъсък между тях и насъбралата се около оградата на агентството тъппа. За да разпръсне любопитните граждани, един от гавазите на консулството стреля по посока на улицата. Случаен куршум удря коня на помощника на военния комендант поручик Фичев, който е решен да нахлуе в консулството и да сече. Големият дипломатически скандал е предотвратен благодарение на намесата на Д. Ризов, който възпира поручика. Тъпката е разпръсната по-късно с помощта на една рота войници, която обкръжава консулството; Радев, С., *Строителите ...*, т. 2, с. 344.

17. Новое время, 21 октомври, кореспонденцията на Русский странник (Е. Кочетов); Пак там, с. 344.

18. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а.е. 253, л. 18. Неклюдов до Начович, 28 септ. 1886.

19. Пак там, л. 25. Каулбарс до Начович 1/13 окт. 1886.

20. Пак там, л. 32. Димитров до Радославов, 7 окт. 1886.

21. Радев, С., *Строителите ...*, т. 2, с. 345.

22. Пак там, с. 346–347.

ЛИТЕРАТУРА

1. БИА-НБКМ, ф. 11, а. е. 12.

2. БИА-НБКМ, ф. 63, а. е. 999.

3. Грънчаров, Ст., *Политическите сили и монархическият институт в България 1886–1894*, София, Наука и изкуство, 1984;

4. Панайотов, Ив., *Русия, великите сили и Българският въпрос след избора на княз Фердинанд (1888–1896 г.)*, София, Унив. Печатница, 1941.

5. Попов, Р., *България на кръстопът. Регентството 1886–1887*, София, Унив. изд. „Св. Климент Охридски”, 1991.

6. Радев, С., *Строителите на съвременна България*, София, Български писател, 1990, т. 2.

7. Стателова, Е., Р. Попов и В. Танкова. *История на българската дипломация 1879–1913*, София, Отворено общество, 1994.
8. ЦДИА, ф. 176К, оп. 1, а. е. 253.
9. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1942.
10. ЦДИА, ф. 313К, оп. 1, а. е. 1943.

REFERENCES

1. ВИА - NBCM, F 11, а. е. 12.
2. ВИА - NBCM, F 63, а. е. 999.
3. Grancharov, St. *Politicheskite sili i monarhicheskiat institut v Bulgaria 1886 - 1894*, Sofia, Nauka I izkustvo, 1984.

4. Panayotov, I. *Rusia, velikite sili i bulgarskiat vapors sled izbora na kniaz Ferdinand 1888 – 1896 g.*, Sofia, Univ= pechatnica, 1941.
5. Popov, R., *Bulgaria na krastopat. Regentstvoto 1886 – 1887*, Sofia, Univ. izd. “Sv. Kliment Oxridski”, 1991.
6. Radev, S., *Stroitelite na savremena Bulgaria*, Sofia, Balgarski pisatel, 1990, t. 2.
7. Statelova, E., R. Popov and V. Tankova. *Istoria na balgarskata diplomacia 1879 - 1913*, Sofia, Otvoreno obshtestvo, 1994.
8. CDIA, F 176K, op. 1, а. е. 253.
9. CDIA, F 313K, op. 1, а. е. 1942.
10. CDIA, F 313K, op. 1, а. е. 1943.

БРИТАНИЯ И КРАЯТ НА „БЛЕСТЯЩАТА ИЗОЛАЦИЯ“ (1901-1904)

Пенка Пеева

BRITAIN AND THE END OF THE SPLENDID ISOLATION (1901-1904)

Penka Peeva

E-mail: pееva2007@abv.bg

ABSTRACT

British foreign policy in the second half of the 19th century is described traditionally as the policy of “Splendid Isolation”. This was the time when Britain refrained from getting involved into European long-term defensive alliances. The empire showed no interest in the European affairs and concentrated on its overseas expansion. At the beginning of the 20th century, experiencing the negative effect of the self-imposed isolation, the empire began considering a new strategy. It started looking for new allies.

This article focuses on some factors and events, related to Britain’s new policy. It discusses the motives, main objectives and results of its new line, after the end of the splendid isolation.

Keywords: Britain, splendid isolation, European alliances

УВОД

Британската позиция в Европа в края на XIX век традиционно се описва като политика на „блестяща изолация“. През този период Британия избягва да се обвързва с дългосрочни отбранителни съюзи, което ѝ дава възможност да поддържа баланса на силите на континента. В началото на XX век обаче империята започва да изпитва отрицателния ефект от политиката на самоизолация. Европа е разделена на два големи съюза; от една страна е Тройният съюз между Германия, Австро-Унгария и Италия, от друга – двойният съюз между Франция и Русия. Оставайки извън тези силни комбинации, Британия се оказва в твърде неизгодна позиция и с повишен риск за сигурността си. Отношенията с Русия са традиционно обтегнати, особено след Кримската война; проблемни са и отношенията с Франция, особено след Фашодския инцидент. Нарастващото съперничество между великите сили за колониални владения застрашава морското ѝ влияние, особено след обединяване на флотилиите на Франция и Русия със съюза им от 1894 г. Друго събитие – Бурската война, разкрива стряскащите резултати от британската самоизолация. Войната не позволява одобрението на останалите велики сили

и показва, че Британия не разполага с достатъчно налични ресурси, за да поддържа империята си и съответно баланса на силите в Европа.

Тези обстоятелства налагат на Обединеното кралство да преосмисли настоящата си политика. Става очевидно, че тази политика не предоставя възможности за подобряване на международната ситуация и укрепване на пострадалия ѝ международен авторитет. Но стратегическите съюзи биха могли да променят положението.

Първоначално Британия се обръща към Германия в търсенето на баланс срещу силния френско-руски съюз. След като се отказва от преговорите с Германия, тя се обръща към Япония, за да балансира експанзията на Русия в Азия. Накрая се обръща към Франция и сключва договор, останал в историята с името Сърдечната Антанта.

Целта на настоящото изследване е да се проучат и анализират мотивите, целите и резултатите от новата външнополитическа линия на империята в началото на XX век. Акцентира се най-вече на опитите на Форин офис да осигури надеждни съюзници в лицето на някои велики сили като Германия, Япония и Франция. Проучването се опира предимно на британската историографска база,

както и на публикувани документи за британската външна политика през изследвания период [1].

ОПИТИ ЗА АНГЛО-ГЕРМАНСКО СБЛИЖЕНИЕ

В търсенето на най-ефикасната комбинация за баланс срещу комбинираните сили на Русия и Франция, Англия се насочва първоначално към най-логичния за нея съюзник – Германия. Общите тевтонско-англо-саксонски корени, близките роднински връзки между управляващите монарси (германският кайзер Вилхелм II е племенник на английския крал Едуард VII и внук на английската кралица Виктория), неизменните англофилски настроения на Вилхелм II и нескритият му респект пред британската мощ правят този съюз естествен и очакван.

Няколко събития през 1900-1901 г. очертават все по-тясното сближение между двете държави. На 16 октомври 1900 г. Англия и Германия подписват споразумението Янгце, с което двете правителства (след един месец към тях се присъединява и японското) се отказват от разделянето на Китай на сфери на влияние и се договарят да поддържат свобода на търговията в Китай.[2] Сближението между Германия и Англия е коментирано от наблюдателите като „естествено“, тъй като за британците не е съществувал голям избор на други възможности. Уилям Селборн, първи лорд на адмиралтейството, пише по този повод: „Аз виждам само една възможна алтернатива и това е официален съюз с Германия.“ [3] Знак за протегнатата ръка към Англия е и речта на кайзер Вилхелм II. По време на визитата си в Лондон през януари 1901 г. той заявява пред британската публика: „Ние трябва да сключим англо-германски съюз; вие ще пазите моретата, а ние ще отговаряме за сушата; с такъв съюз и мишка не би могла да премине през Европа без наше разрешение.“ [4]

През март 1901 г. германският посланик в Лондон прави неофициално предложение за сключване на отбранителен съюз между двете държави. [5] Германия се оказва предпочитан партньор за възстановяване на европейския баланс, като се имат предвид опасностите, произтичащи най-вече от френско-руския съюз. В тази връзка лондонският ежедневник *Times* пише: „Двойният съюз [става въпрос за френско-руския съюз, б.а.] работи във всяка

възможна посока срещу британските интереси. Един от първите му планове, след като съюзът беше сключен, беше да се отреже Британска Индия от нейния хинтерланд чрез създаването на комуникации между френските и руските владения в Тонкин и Централна Азия през Юнан и Тибет.“ [6] Британия преценява, че германската морска сила успешно би балансирала френския флот в Европа, докато Англия междувременно би се съсредоточила върху военната си сила по други места в империята. Така и за двете страни този съюз би бил стратегически полезен.

Преговорите продължават от март до декември 1901 г., когато, въпреки стратегическата полза от сътрудничество с Германия, приключват без резултат. Едно от обясненията за провала на преговорите, според британския историк Грегори Милър [7], е преценката на британците за Германия като ненадежден съюзник. Това обяснение се подкрепя от редица документи, от които се вижда, че политическият елит в лицето на британския министър-председател и външното министерство споделят еднакво мнение относно репутацията на Германия. В меморандум на Отдела за източноевропейските работи на Форин офис се обръща внимание на някои факти от близката история на Германия като доказателство за нейната ненадеждност: „Ще бъде голямо облекчение да знаем, че сме осигурили могъщ и надежден съюзник в случай на атака срещу Британската империя... но когато обмисляме предложенията за съюз с Германия, трябва да помним историята на Прусия във връзка със съюзите и поведението на правителството на Бисмарк, когато сключи договор с Русия зад гърба на Австрия, съюзник на Германия... Тя победи и ограби Дания, и за тази цел взе за партньор Австрия, а след това обърна гръб на своя конфедерат и го остави извън Германия.“ Освен тази ненадеждност, в меморандума се изтъква и друг важен аргумент против съюза с Германия: „Ако се обвържем чрез формален отбранителен съюз и практически се присъединим към Тройния съюз, никога няма да бъдем в добри отношения с Франция, нашият съсед в Европа и в много краища по света, или с Русия, чиито граници са съседни с нашите или почти върху огромна част от Азия.“ [8] В писмо до управителя на Индия Джордж Кърдзън британският министър-председател Солзбъри пише в същия дух: „Тя [Германия, б.а.] никога няма да ни подкрепи срещу Русия; винаги е била

склонна да ни захвърли и да се подмаже на Русия.“[9]

Друго обяснение за провала на англо-германските преговори може да се търси в нежеланието на Британия да се обвързва със съюзниците на Германия. В хода на преговорите Германия отправя предложение на Англия да се присъедини към Тройния съюз.[10] Присъединяването към този съюз означава, че британците трябва да поемат ангажимент не само към Германия но и към нейните партньори. Тъй като Британия не е запозната с условията на Тройния съюз поради тяхната секретност, тя се въздържа от поемането на ангажименти. Освен това, присъединяването би могло да я въвлече в европейски конфликт чрез ангажиментите ѝ към другите двама съюзника. Това се отнася например за вероятността от руско-австрийски конфликт, в който Британия не би искала да бъде страна. В крайна сметка, след продължилите близо година преговори за съюз с Германия, Британия преценява, че този съюз не е достатъчно сигурен, а обвързването с останалите двама германски партньори не е в приоритетите ѝ.

АНГЛО-ЯПОНСКИЯТ СЪЮЗ

Междувременно, в търсене на съюзник срещу традиционния британски съперник в централна Азия – Русия, Британия обръща поглед към Япония. Японското правителство откликва положително на английските сондажи. За него британското приятелство в момента е полезно; Япония се чувства застрашена от силната руска империя и търси механизми, с които да защити сферата си на влияние в Китай и Корея. В края на 1901 г. двете държави започват преговори, които бързо приключват с договор, подписан на 30 януари 1902 година. Договорът задължава Англия и Япония да се консултират в случай на криза и да си оказват помощ, в случай че някоя от тях бъде нападната от две други велики сили. В случай на война между Япония и само една европейска сила, Британия ще остане неутрална. Договорът признава особените интереси на Япония в Корея, както и взаимните интереси на съюзниците в Китай, но не обещава японска подкрепа за други британски интереси в Азия, например в Индия.[11]

Мотивацията на Британия за този съюз е стратегическа. На първо място, договорът е насочен изключително срещу руското проникване в Азия. Второ, благодарение на съю-

за си с Япония Англия ще изразходва по-малко ресурси в Азия и ще насочи енергията си, за да поддържа баланса в Европа. В тази връзка британският външен министър Хенри Лансдоун пише в писмо до крал Едуард VII: „Английско-японският съюз, въпреки че не е замислен да окуражи японското правителство да прибегва до крайности, имаше ефект да накара Япония да почувства, че може да реши проблемите си с нейния голям враг в Далечния изток свободно от всякакъв риск от европейска коалиция, подобна на тази, която в един предишен случай я беше лишила от плодовете на победата.“[12]

Япония действително се възползва от предимствата на сключения договор. На 5 февруари 1904 г. тя прекратява дипломатическите отношения с Русия и на 8 февруари атакува руския флот в Порт Артур. Британия не само спазва неутралитет, но и предприема две важни стъпки, които допринасят за японската победа. Първо, британците оказват натиск върху Османската империя да спази съществуващите договори и да не позволи на руския черноморски флот да премине през Дарданелите в помощ на Далечноизточния флот.[13] Второ, Британия отказва да предостави възможност за транзитно преминаване на руските кораби през Суецкия канал в нарушение на клаузите на Константинополската конвенция от 1898 година, която разрешава свобода на корабоплаването през канала във всички ситуации. Освен това, Британия отказва доставка на въглища за руския балтийски флот с обяснението, че неутралните страни не могат да снабдяват корабите на воюващи страни.[14] В резултат, Англия допринася за японската победа, като не позволява на Русия да използва пълната си военноморска мощ срещу Япония.

След тези събития, убедила се вече в надеждността на британския си съюзник, Япония предлага подновяване на съюза. Договорът за втория съюз е подписан на 12 август 1905 г. Той е с продължителност 10 години и този път включва в обсега на британските стратегически интереси както Индия, така и държави на изток от нея. Новият договор предвижда военна подкрепа в случай, че някоя от съюзничките е атакувана от една велика сила.[15] Така, уреждайки стратегическите си интереси в Азия, Британия получава възможност да отдели повече ресурси в преследване на своите интереси в Европа. Регион

с важно стратегическо значение за британската империя е Средиземноморието.

ФРЕНСКО-БРИТАНСКОТО СБЛИЖЕНИЕ

През последното десетилетие на XIX век Британия постепенно се разделя с традиционната си политика спрямо Близкия изток, Балканите и Средиземноморието. Инициатор на новите насоки в британската външна политика е лорд Солзбъри. Солзбъри разсъждава над важен аспект на британската политика – значението на Египет, подценяван дълго време за сметка на Константинопол – град, който винаги е бил считан за ключ към Индия. Той стига до извода, че за да защити интересите си в Средиземноморието Британия трябва да заздрави позициите си в Египет и да използва силата си там, а не в Константинопол.[16]

Английското трайно присъствие в Египет е от средата на 70-те години на XIX век и е свързано с администрирането на Суецкия канал. През 1875 г. Великобритания купува дела на Египет в компанията, която управлява канала, Суец Чанъл Кампъни; делът възлиза на 44%. Въпреки че по-големият дял в компанията е френски, след окупацията на Египет през 1882 г. Обединеното кралство фактически поема контрола върху страната, както и върху финансите и управлението на Канала. Това положение се официализира от Константинополската конвенция от 1898 г., която обявява Канала за неутрална зона под протекцията на Великобритания.[17]

Независимо от утвърдения статут на Британия в Египет, френското присъствие там все още създава конкурентна среда. Ето защо британското правителство преценява, че едно изгодно и за двете споразумение ще утвърди статута ѝ в Египет и в целия средиземноморски регион, както и ще отстрани конкуренцията.

В допълнение към това, британската администрация започва да оценява все по-положително подобряване на отношенията с Русия. Лорд Кромър отбелязва в писмо до Британския премиер Балфур на 15 октомври 1903 г.: „Искам да представя на Вашето внимание голямото значение на настоящите преговори с Франция.... Въпросът не е просто за уреждането на нашите египетски трудности... той се разпростира много по-широко... Не мога да не оценя разбирателството с Франция като възможна стъпка към общо разбирателс-

тво с Русия, и това може да подготви почвата за намаляване на огромните ни военни и морски разходи.“[18] Очевидно, намаляването на руската опасност е важен фактор, който тласка Британия към съюз с Франция.

С нарастването на напрежението между Япония и Русия, необходимостта от споразумение с Франция се увеличава. Лансдоун пише на 26 декември 1903 г.: „Новата година ще бъде пълна с вълнения. Склонен съм да вярвам, че близостта в нашите отношения с Франция и в нейните отношения с Русия може да се окаже полезна за всички засегнати, когато войната наближи.“[19]

Перспективата за разбирателство става още по-ясна благодарение и на профренските настроения сред британския външнополитически елит. Администрацията на новия министър-председател Артур Балфур слага окончателен край на политиката на самоизолация и разбива надеждите на тези, които очакват съюз с Германия. Външният министър Хенри Лансдоун е внук на френския държавник Талейран и е известен франкофил. Много съществен фактор за британската ориентация към Франция е смъртта на кралица Виктория през 1901 година. За разлика от нея, новият крал Едуард VII се възхищава на френската култура и история. Той окуражава назначаването във външното министерство на служители с профренски убеждения и оказва съществено влияние върху Балфур и Лансдоун.

Франция също има изгода от съюза си с Британия. За нея е стратегически важно да утвърди позициите си в северна, западна и централна Африка; съществени за сферата ѝ на влияние са владенията ѝ в Гамбия, Нигер, Чад, Мадагаскар и най-вече Мароко. Тези територии имат по-голямо търговско и стратегическо значение дори от загубените във Френско-пруската война (1870-1871) провинции Елзас и Лотарингия.

Така Британия и Франция преценяват, че биха могли да сключат изгодно и за двете държави споразумение. На 8 април 1904 г. двете правителства подписват пет документа, с които очертават сферите си на влияние в Северна Африка. Англия се съгласява да приеме френските права над Мароко в замяна на френското съгласие относно британския контрол над Египет и защита на британските търговски права в Средиземноморския регион. [20]

Тези споразумения обвързват двете държави в приятелски отношения. Сърдечната Антанта няма характер на съюз и по това се различава от Двойния съюз или от англо-японския съюз. Това е споразумение, което урежда няколко търговски проблема, причина за противоречие между двете държави. Целта му е да преустанови антагонизма между тях.

За Британия ползите от приятелството с Франция са икономически, стратегически и тактически. За нея това не е споразумение, което обвързва двете отбранителни системи. Но след като става факт, Англия се задължава да подкрепя Франция най-вече относно Мароко.

Ефектът от сближението между двете държави се усеща незабавно. През октомври 1904 г. по пътя си към Далечния изток руският флот обстрелва британски риболовни лодки, погрешно приемайки ги за японски торпедни кораби, убивайки 7 британски рибари. Франция става посредник в конфликта и помага за мирното му уреждане. Антантата оцелява и доказва своята стабилност, независимо че в хода на Руско-японската война двете държави се оказват от двете страни на конфликта. Антантата също така създава благоприятни условия за уреждане на спорните въпроси между Британия и Русия в Азия и прави възможно и желано сключването на конвенция между двете страни през 1907 година.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Краят на британската блестяща изолация и активната намеса на Британия в европейските дела предизвикват сериозна промяна в международната политическа конфигурация. Сключването на френско-английската Сърдечна Антанта и най-вече споразумението относно Мароко стават повод за опасна криза в международните отношения в началото на XX век.

Първоначално, Германия подценява ситуацията и определя споразумението между Англия и Франция като „много естествено и абсолютно оправдано“. След като е информиран от френския външен министър Декласе за споразуменията между Франция и Британия, германският външен министър принц фон Бюлов заявява пред Райхстага на 12 април 1904 г.: „Ние нямаме причина да очакваме, че това споразумение е насочено срещу някаква конкретна страна. По-скоро прилича на опит

да се премахнат точките на различия между Франция и Великобритания с помощта на приятелско разбирателство. От гледна точка на германските интереси ние нямаме никакви възражения срещу него.“[21]

Доверявайки се на тези твърдения, Декласе пропуска да подсигури френските позиции в Мароко чрез споразумение с Испания и султана на Мароко. Този пропуск, вътрешната слабост на Франция и безпомощността на обезсиления ѝ руски съюзник окуражават фон Бюлов бързо да забрави заявлението си пред Парламента. Той заема противоположна позиция, заявявайки, че Франция застрашава германските интереси. Германия обръща поглед към Мароко. Последвалите събития пораждат поредица от кризи, които довеждат до неизбежното разпалване на Първата световна война.

БЕЛЕЖКИ

1. Външната политиката на Великобритания, така наречената „блестяща изолация“, и причините, довели до замяната ѝ с активно ангажиране в системата от съюзи, са добре проучена в британската историография. Някои от тези изследвания са: George Monger, *The End of Isolation: British Foreign Policy, 1900-1907* (London: Thomas Nelson, 1963); Paul Kennedy, *The Rise of the Anglo-German Antagonism, 1860-1914* (London: Ashfield, 1980); Steven Lee, *Aspects of British Political History, 1815-1914* (London: Routledge, 1994); В българската историография въпросът частично е засегнат от П. Пеева, „Британия и източният въпрос през IX век“ // *Източният въпрос, имперската дипломация и национализмът на Балканите (1815-1918)*, съст. Г. Йовчева и П. Пеева (Бургас, 2013). Особено полезна е дипломатическата и личната кореспонденция на ключови фигури от периода, публикувана в многотомната документална серия *British documents on the Origins of War, 1888-1914*, vol.2, *The Anglo-Japanese Alliance and the Franco-British Entente*, G. Gooch and H. Temperley, eds., (London: His Majesty's Stationery Office, 1927). Ценна информация за събитията и обществените нагласи се съдържа и в британския периодичен печат: *Times* (London), 1901-1904.

2. “The Anglo-German Agreement”, *Times* (London), 22 October 1900, p.7; „Yangtze Agreement“, *Historical Dictionary of the British Empire* (Greenwood Publishing Group, 1996), p.

1176. Тази политика е в подкрепа на предложената от САЩ свободна търговия в Китай, така наречената политика на „отворени врати“.

3. Monger, *The End of Isolation*, p. 12..
4. Kennedy, *The Rise of the Anglo-German Antagonism*, p. 243-244.
5. G. Gooch and H. Temperley, eds., *British documents on the Origins of War, 1888-1914*, vol.2, *The Anglo-Japanese Alliance and the Franco-British Entente* (London: His Majesty's Stationery Office, 1927), no.77 (18 March 1901), 60-61.
6. "Russia and Tibet", *Times* (London), 29 June, 1901. Тонкин е най-северната част на съвременен Виетнам; Юнан е най-южната провинция на Китай.
7. Gregory Miller, *The Shadow of the Past: reputation and military alliances before the First World War* (Cornell University Press, 2012), 70.
8. Gooch and Temperley, *British documents*, no. 91 (9 November 1901), 73-76.
9. Цитат по Monger, *The End of Isolation*, p. 17.
10. F. Bridge and R. Bullen, *The Great Powers and the European States System, 1814-1914* (Harlow, UK: Pearson, 2005), 267..
11. Gooch and Temperley, *British documents*, no.125 (30 January 1902), 114-120..
12. George Gooch, *Before the War: Studies in Diplomacy, vol. 1, The Grouping of the Powers* (London: Longmans, Green, 1936), 75.
13. На 1 януари 1809 г. се подписва договор между Обединеното кралство и Османската империя, с който се слага край на Англо-турската война и се урежда статутът на черноморските проливи. Според клаузите на договора се забранява на военни кораби да преминават през проливите. Другите велики сили се присъединяват към договора чрез Лондонската конвенцията за проливите от 1841 г.
14. Monger, *The End of Isolation*, p. 154; Miller, *The Shadow of the Past*, p.80.
15. Miller, *The Shadow of the Past*, p.80.
16. Виж по-подробно Пеева, *Британия и източният въпрос*, с.42-44.

17. Пеева, П. *Суецката криза, 1956*. Годишник на Университет „Проф. д-р А. Златаров“ - Бургас, 2009, том 38 (2), с. 70-71.

18. Weitsman, *Dangerous Alliances.*, p. 122.
19. Ibid.
20. Gooch and Temperley, *British documents*, no.417 (8 April 1904), 373-398.
21. Цитат по Fay, Sidney B. „The Kaiser's Secret Negotiations with the Tsar, 1904-1905“. *The American Historical Review*: Vol. 24, No. 1, pp. 48–72. October 1918, p. 63.

REFERENCES

1. Bridge, F. and R. Bullen, *The Great Powers and the European States System, 1814-1914* (Harlow, UK: Pearson, 2005).
2. Fay, Sidney B. „The Kaiser's Secret Negotiations with the Tsar, 1904-1905“. *The American Historical Review*: Vol. 24, No. 1.
3. Gooch, G. and H. Temperley, eds., *British documents on the Origins of War, 1888-1914*, vol.2, *The Anglo-Japanese Alliance and the Franco-British Entente* (London: His Majesty's Stationery Office, 1927).
4. Gooch, George. *Before the War: Studies in Diplomacy, vol. 1, The Grouping of the Powers* (London: Longmans, Green, 1936).
5. *Historical Dictionary of the British Empire* (Greenwood Publishing Group, 1996).
6. Kennedy, Paul. *The Rise of the Anglo-German Antagonism, 1860-1914* (London: Ashfield, 1980).
7. Lee, Steven. *Aspects of British Political History, 1815-1914* (London: Routledge, 1994).
8. Miller, Gregory. *The Shadow of the Past: reputation and military alliances before the First World War* (Cornell University Press, 2012).
9. Monger, George. *The End of Isolation: British Foreign Policy, 1900-1907* (London: Thomas Nelson, 1963).
10. Pееva, Penka. *Suez Channel, 1956*. *As-sen Zlatarov Annual-Burgas*, 2009, vol. 38 (2).
11. Yovcheva, Gita and Penka Pееva (eds.) *Iztochnijat vapros, imperskata diplomacia i nacionalizmut na Balkanite (1815-1918)*, (Burgas, 2013).

**БАЛКАНСКИТЕ ДЪРЖАВИ МЕЖДУ СЪПЕРНИЧЕСТВОТО И СБЛИЖЕНИЕТО
(1908-1911)**

Петър Парушев

**THE BALKAN COUNTRIES BETWEEN THE RIVALRY AND THE RAPPROCHEMENT
(1908-1911)**

Petar Parushev
E-mail: pet73@abv.bg

ABSTRACT

The present article aims to look into an essential moment in Bulgaria's recent history, namely the course that the Balkan countries of Serbia, Greece and Bulgaria took and the role of the Great Powers for the creation of the Balkan Union, which in 1912 stood against its age-old oppressor, the Ottoman Empire. The serious differences between Bulgaria, Serbia and Greece conditioned by the simultaneous aspirations for the same territories of the Ottoman Empire, however, turned out to be an insuperable obstacle for the conclusion of effective political agreements. The article also examines the negotiations between Bulgaria and Serbia and Russia's role in the agreements they reached, as well as the attempts at Bulgarian-Greek rapprochement. The research is based on major scientific works on the topic, published documents, as well as archives from the Central Public Records Office (CDA).

Key words: Greece, Serbia, Bulgaria, Bulgarian-Greek relations, politics of the Great Powers, First Balkan War

ВЪВЕДЕНИЕ

Изясняването на политиката на балканските държави Гърция, Сърбия и България в годините, предхождащи Първата балканска война 1912 – 1913 г., е исторически проблем, който поради своята несъмнена значимост е широко застъпен в родната историография.

В различно време и по различни поводи интересът към него се активизира, а впоследствие заглъхва, но не прекъсва, подхранван периодично от новооткрити документи или пък с появата и лансирането на нови тези и тълкувания на вече известни исторически факти.

Множество научни статии, студии, монографии, документални и мемоарни сборници са посветени на един или друг аспект на този проблем. Той е разгледан в редица индивидуални и колективни научни трудове.

Настоящата статия си поставя за цел допълнително да осветли действията на гръцката, сръбската и българската дипломация и политиката на Великите сили в навечерието на Първата балканска война 1912 – 1913 г.

За нуждите на изследването са използвани основните трудове по темата, публикувани документи и спомени, както и архивни източници от Централен държавен архив (ЦДА).

* * *

В края на XIX и началото на XX в. Балканите съсредоточават вниманието на европейската дипломация поради относително спокойната политическа обстановка в останалата част от континента. Множеството национални проблеми, взаимни териториални претенции, преплитането на стопански, финансови и геостратегически интереси правят от полуострова динамично поле за изява на дипломатите.

Берлинският конгрес от 1878 г. оставя в границите на Османската империя огромни територии от полуострова, населени в преобладаващата си част с християнско население. Местните процеси, какъвто е балканският национализъм, носещ отпечатъка на верски, етнически и стопански особености, провокират недоволните от управлението на Османската империя и желание за нейното реформиране. От друга страна, тези проблеми се прев-

ръщат и в проекция на конкурентни политики и интереси на Великите сили, в чиято политика съхраняването на статуквото е водещ и основополагащ принцип в региона. [1] Той се отстоява най-ревностно от двете признати от останалите като „най-заинтересовани” държави – Русия и Австро-Унгария. Към края на XIX век Великобритания изоставя традиционната си политика на подкрепа на Османската империя и постепенно се оттегля от основните си ангажименти към Константинопол. [2]

През първото десетилетие на XX в. Европа се радва на материален просперитет, ускорено и стабилно стопанско развитие, подем на културния и социалния живот. Продължителното отсъствие на военни конфликти на територията на Стария континент усилва усещането за безметежност. Тази атмосфера обаче е до голяма степен привидна. Именно в годините на т. нар. бел епок („красивата /хубавата епоха”) завършва окончателното изграждане на двете враждуващи коалиции – Антантата (Англия, Франция и Русия) и Тройният съюз (Германия, Австро-Унгария и Италия). Въпреки индивидуалните особености и различия в интересите между техните членове, групировките се сформират на принципа на разделението между „стари” и „нови” колониални държави. Няколкото кризи през този период (една от които – Босненската, е на Балканите), преодолени с обединените усилия на дипломатията, са симптоматични за неизбежния, предстоящ и все по-реален конфликт.

Основна предпоставка за политическото сближение между България, Сърбия и Гърция е общият потенциален противник – Османската империя. Свои сънародници в империята имат всички балкански съседи на Турция. Българското население преобладава в областта Македония и в част от Одринска Тракия. Гръцкото население е съсредоточено в Епир, Тесалия, Южна Македония и в по-разпръснат вид по крайбрежието на Бяло, Мраморно и Черно море. Относително малобройното сръбско население в Турция (сърбите извън кралството са най-вече в Австро-Унгария) живее в по-компактни маси в т. нар. Стара Сърбия (основно дн. Косово).

Военнополитическото обвързване между балканските държави е колкото логично, толкова и изключително трудно за реализация начинание. Между България, Сърбия и Гърция съществуват множество неразрешими противоречия, продиктувани от претенциите

върху едни и същи територии и население.

Основната и най-оспорвана област е Македония. Позоваваща се на езиковия принцип, България използва преди всичко етнически аргументи, за да легитимира правата си над областта. Според статистиката на Географското дружество на САЩ, направена по време на Първата световна война, българите в Македония са 1 172 136, гърците – 190 047, власите (арумъни) – 63 895, албанците – 12 000 души. [3] Гърция се основава главно на милетския принцип в Османската империя, според който определяща е църковната принадлежност. Това дава възможност като „елини” да бъдат определяни всички, които се намират под ведомството на Вселенската патриаршия. Аргументите на Сърбия са преди всичко исторически (макар и за кратко, Македония е част от средновековното сръбско кралство по време на неговия възход) и в по-малка степен от етническо естество.

От началото на века мощен фактор на Балканите стават национално-освободителните движения в Европейска Турция и преди всичко българското революционно движение. Активността на Вътрешната македоно-одринска революционна организация (ВМОРО), имаща свои структури, поддръжници и материална подкрепа на територията на България, трайно влиза в полезрението на европейската дипломатия. Официално ВМОРО декларира целта си като „пълна политическа автономия на Македония и Одринско” и никога не поставя открито въпроса за присъединяване към България. Въпреки това тя е схващана (и назовавана в чуждата документация) като българска – както от дипломатите на Великите сили, така и на останалите балкански държави. В случая става дума за тактическа идея, свързана с усилията да се разреши българският национален въпрос. Тя е базирана на формулата, предложена от Уилям Гладстон, който още в периода след Освобождението на България съветва националните искания на македонските българи да се поставят върху сериозна договорно-правна основа. Само така те могат да имат тежест при дискусиите. Най-нормалната база в тази връзка, при наличието на Берлинския договор от 1878 г., е член 23 от този международноправен акт, в който се предвиждат реформи и за Македония. Тяхното евентуално реализиране би могло да подтикне процеса на постепенното обособяване на автономното управление в областта, от което пък да се тръгне към пълно освобожде-

ние на Македония. [4] На един по-късен етап възникват гръцка и сръбска въоръжени организации, но техният характер и задачи са различни. Постепенно се заражда и албанското освободително движение, което придобива първостепенно значение в навечерието на Балканските войни.

Илинденско-Преображенското въстание на българското население в Македония и Одринско от лятото на 1903 г. за пореден път поставя въпроса за реформи в европейските вилаети на Османската империя. След 1903 г. в привидно единната позиция на Великите сили за съхраняване териториалното статукво на Балканите се забелязва известна диференциация, която няма паралели с окончателно оформилите се няколко години по-късно военнополитически групировки. Докато Франция, Италия и особено Великобритания [5] се опитват да задълбочат реформния процес в Македония до степен на ефективен международен контрол, усилията на Русия и Австро-Унгария, признати от останалите за „най-заинтересовани“ държави в региона, са насочени преди всичко към възстановяването на реда в европейските вилаети. [6]

В началото на октомври 1903 г., след продължителни преговори между руската и австрийската дипломатия, двете страни излизат с общ реформен проект – т. нар. Мюрцщегска програма. Приоритетна цел на съвместната инициатива не е създаването на автономно образувание на територията на Македония, а умиротворяването и нормализирането на обстановката в областта. Поради това и основният акцент е поставен върху реформирането на османската военна и гражданска администрация и преустройството на жандармерията под ръководството на европейски офицери, изпратени от Великите сили. [7] Русия и Австро-Унгария са еднакво резервирани към автономисткото решение на македонския въпрос поради опасенията от „създаването на една нова Източна Румелия“. [8]

На практика водещата европейска сила, на която е делегирано изпълнението на Мюрцщегските реформи, е Австро-Унгария. От 1904 г. Русия е почти изцяло ангажирана в конфликта си с Япония в Далечния изток. Същевременно руската дипломатия все повече започва да подкрепя сръбските аспирации към Македония. Изхождайки от геостратегически съображения, Петербург проектира създаването на един сръбско-български съюз, насочен срещу Австрия. Постигането на ком-

промис между двете балкански славянски държави за Македония, т.е. поделянето на областта чрез предварително споразумение, е разглеждано като изходна база за създаването на този съюз.

Продължилите няколко години реформи не успяват да постигнат съществено подобрене в положението на християнското население от европейските вилаети на Османската империя. [9] През 1907 - 1908 г., в резултат на прогресивно нарастващите противоречия между двете „най-заинтересовани“ държави, Мюрцщегската реформена програма окончателно замира. Официалният ѝ край настъпва след Младотурския преврат (Младотурската революция) от юли 1908 г., който в немалка степен е провокиран от опасността за поредно задълбочаване на реформите в Македония. [10]

Потушеното Илинденско-Преображенско въстание, схванато в Белград и Атина като българска инициатива, рязко активизира политиката на Сърбия и Гърция в Македония. Двете държави започват да изграждат в областта конспиративни въоръжени структури, с които да противодействат на българската революционна организация – ВМОРО. Но остро противопоставяне на местно ниво в Македония не е единственото, което характеризира отношенията между България, Сърбия и Гърция. Налице е и обратната тенденция – сондажи и преговори за политически съюз между балканските държави, насочен основно срещу Турция. Най-значимата проява в това отношение е българо-сръбският договор от 1904 г.

В началото на 1904 г. кабинетът на ген. Рачо Петров започва предварителни разговори с официален Белград. Интересът е взаимен, защото политическото сближение с България е разглеждано от Сърбия и като отговор на все по-засилващата се опасност от страна на Австро-Унгария. Между двете балкански държави обаче съществуват сериозни противоречия, свързани преди всичко с взаимните претенции към Македония. Изпратеният през януари в Белград полковник Христофор Хесапчиев получава инструкции за сключване на военнополитически съюз, но на базата споразумение за автономия на областта. [11] При започналите разговори, въпреки че декларативно приема автономния принцип, сръбското правителство продължава да се придържа към традиционната си политика за сфери на влияние и бъдещ дележ. [12] Неп-

роменено остава и становището на официален Белград, че територията на Македония включва само Солунски и Битолски вилает, докато целият Скопски (Косовски) вилает попада в т. нар. Стара Сърбия, населена основно с албанци и сърби. [13] Едва през пролетта на 1904 г., с идването на Димитър Ризов от Цетина, преговорите навлизат в решителен етап и са успешно финализирани.

На 30 март 1904 г. са подписани два официални документа – Съюзен (таен) и Дружествен (оповестен) договор между Княжество България и Кралство Сърбия. На следващия ден е подписан и заключителен протокол. [14] Според съюзния договор българската и сръбската страна се задължават да действат съвместно за запазване на териториалното статукво в европейските вилаети на Османската империя, като същевременно си оказват помощ в усилията за подобряване статута на своите сънародници там. Подчергана е подкрепата за Мюрцшегската програма, както и желанието обхватът на реформите да бъде разширен и с територията на Одрински вилает. Договорът има преди всичко отбранителен характер. Чрез него България и Сърбия взаимно се стремят да се презастраховат от евентуална изолирана акция на една от тях в Македония, както и от потенциалната заплаха от австрийска (въпреки че името на Хабсбургската империя не е изрично споменато) окупация на областта.

Българо-сръбският съюзен договор от пролетта на 1904 г. няма дългосрочни политически последици. Той не разрешава основното противоречие между двете държави – въпросът за бъдещата съдба на Македония. Въпреки че подписването на договорите е последвано от поредица срещи на най-високо равнище, взаимното недоверие и подозрителност съвсем не са преодоленни. [15] Нещо повече – твърде бързо действията на сръбските чети срещу българското население в Македония рязко влошават и довеждат до почти пълен разрыв отношенията между двете „съюзни“ държави.

Политическите отношения на България с Гърция през първото десетилетие на XX в. са още по-епизодични, отколкото тези със Сърбия. Основната причина отново е острото противопоставяне, породено от взаимните претенции за Македония. [16]

Гръцките правителства открито се противопоставят на автономията като вариант за решаване на македонския въпрос. Тя е счита-

на за формула, обслужваща българските интереси в областта и средство за повтаряне на прецедента „Източна Румелия“. Безпокойството на гръцката страна е напълно основателно. Към този момент Македония се намира в границите на една държава – Османската империя. Искайки автономия на Македония, ВМОРО действително стои на договорно-правни позиции, обезсилващи нападите на Сърбия и Гърция. При евентуалното реализиране на автономната идея се осигурява главното – да започне самоуправление на цялото население, болшинството между което съставляват българите. [17] Действията на гръцките андартски чети и ответната реакция на ВМОРО ескалират напрежението между двете страни. Провокираното от андартските жестокости в Македония антигръцко движение в България през 1906 г. поставя под въпрос дори запазването на нормалните дипломатически отношения. [18]

До създаването на Балканския съюз през 1912 г. сериозните различия между България, Сърбия и Гърция, обусловени от едновременните аспирации към едни и същи територии от Османската империя, се оказват непреодолима пречка за сключването на ефективни политически споразумения. Македонският въпрос продължава да заема централно място в нерешения възел от национално-териториални проблеми на Балканите. Текаат спорове: македонските славяни „аморфна маса“ ли са, както твърдят сърбите, „какво се подразбира под думата „македонец“, необходима ли е автономия на Македония и т.н. [19]

В началото на 1908 г., по внушение на руската дипломатия, отново започват предварителни българо-сръбски преговори по въпроса за Македония, но скоро те са прекъснати. Този път препятствие се оказват събитията в Османската империя, свързани с т. нар. Младотурска революция, променила коренно политическата ситуация на Балканите. [20]

Младотурската революция от лятото на 1908 г. рязко изменя обществено-политическите нагласи в Османската империя. Възстановената конституция от 1876 г. и обявените широки демократични свободи (т.нар. Хуриет) създават благоприятни възможности за политическа изява на нетурските народности. Въоръжените четнически действия на българското, сръбското, гръцкото и албанското население са преустановени, а националните организации се легализират и доколкото позволяват условията, се трансформират в поли-

тически партии.

Събитията в Османската империя изненадват както Великите сили, така и балканските държави. Бързината, с която Младотурският комитет „Единение и прогрес“ успява да наложи възстановяването на конституцията и да измени вътрешната конюнктура в империята, заварва европейската дипломация неподготвена. Новите политически реалности изискват и значителна промяна в националните стратегии на балканските държави.

България, Сърбия и Гърция посрещат Младотурската революция с близка и подчертано резервирана реакция. Позициите, от които изхождат трите държави, обаче са различни. Правителството на Александър Малинов изказва опасения, че реформите под европейски контрол в Македония ще бъдат спрени от младотурците. [21] В София са наясно, че преустановяването на реформената програма би свело до минимум възможностите за създаване на реална автономия в Македония. Водещата доктрина на младотурците за една отоманска нация, която все повече започва да се отъждествява и с централизираната, недопускаща автономни райони държава, също не предполага добри перспективи за политическо обособяване на българското население.

В Гърция реакциите са разнопосочни, като варират от манифестации в подкрепа на новия режим до крайно недоволство. Въпреки националистичната политика на младотурците, управляващите в Атина продължават да считат България и българското национално движение в Македония и Тракия за главната заплаха за елинизма. [22]

Сръбското правителство от самото начало се отнася скептично към промените в Турция. Няколко дни след Младотурския преврат премиерът Милован Милованович предлага споразумение на българското правителство за разграничаване сферите на влияние в Македония. Българската реакция е въздържана, а и Белград повече не подновява сондажите за преговори. Обявяването на Независимостта на 22 септември 1908 г. видимо охлажда перспективите пред сръбско-българското сближение. Последвалата анексия на Босна и Херцеговина и поредното напрежение с Австро-Унгария почти изцяло ангажират външната политика на Сърбия. [23]

Изменената ситуация в Османската империя след Младотурския преврат предизвиква известно раздвижване и в българо-гръцките

отношения. [24] Плахите епизодични опити за сключване на отбранителен съюз с България протичат в обстановка на взаимно недоверие. Въпреки че политическото сближение със София влиза в програмната стратегия на Атина, по никой от спорните въпроси не е отбелязан съществен напредък. По отношение на Македония гръцката позиция остава непроменена. Тя се свежда до отхвърлянето на автономията като вариант и бъдещо присъединяване на колкото се може по-голяма част от областта. [25]

Независимо от липсата на видим резултат, държавите от Антантата продължават да залагат на евентуалния съюз между България и Сърбия, който е разглеждан като най-ефективното средство срещу австрийската политика на Балканите. Най-активна и последователна в опитите да ангажира двете балкански страни с договорно споразумение е руската дипломация. Позицията на Съглашението определя и поведението, към което се придържат Германия и Австро-Унгария. Централните сили се опитват да противодействат на създаването на балкански военнополитически съюз, като се стремят да задълбочават противоречията между малките държави в региона. [26]

Първоначално младотурците се ползват със сериозна подкрепа както сред държавите от Антантата, така и сред тези от Тройния съюз. Английската позиция, преформулирана от силните симпатии към новия режим, не дава особени надежди, че реформената акция в Македония ще бъде продължена. С изтеглянето на австро-унгарските офицери през август 1908 г. Мюрцщегската реформена програма официално е прекратена. [27]

При новите условия правителството на Демократическата партия в България не изменя основната си позиция, че пътят към подобряване положението на сънародниците в Европейска Турция минава през автономията на Македония и Одринско. В контекста на цялостното модернизиране на Османската империя, българската концепция донякъде се модифицира с искане за федерализиране на огромната държава по национално обособени области. Същевременно се препоръчва и оказване подкрепа на основната политическа формация – Съюзът на българските конституционни клубове, който изразява възгледите на умереното течение във ВМОРО. [28]

На 22 септември 1908 г., възползвано от сравнително благоприятната международна

ситуация (затрудненията на младотурците и предстоящата анексия на Босна и Херцеговина от Австро-Унгария), правителството на Малинов обявява Независимостта. В продължение на около година управляващите са ангажирани изключително с дипломатическото признаване на Търновския акт и уреждането на многобройните политически и финансови въпроси, които го съпътстват. [29]

Затягането на българо-турските преговори по признаването на Независимостта извежда на преден план руската дипломация. През януари 1909 г. Русия отправя предложение към турската страна за уреждане на спорните компенсационни въпроси. Предложението е предварително съгласувано с Англия и Франция, което показва тенденция държавите от Антантата да синхронизират своята балканска политика. В хода на уреждането на тази част от Балканската криза ясно си проличава диференцираното отношение на двете военно-политически групировки. Антантата приема положително извършената стъпка към урегулирането на българо-турските взаимоотношения и като цяло има активна роля в този процес. Германия и Австро-Унгария демонстрират негативното си отношение към руското предложение, като първоначално се опитват да му се противопоставят. [30]

Провеждането на българо-турските преговори и тяхното успешно завършване през пролетта на 1909 г. се осъществява в Санкт Петербург с прякото участие на руската дипломация. На 6 април в Цариград, в присъствието на руския, английския и френския посланик, България и Турция подписват официален протокол за уреждане на Независимостта. [31] Русия първа признава новия статут на българската държава, последвана от Англия, Франция и Италия. Въпреки резервираното си поведение, малко по-късно Германия и Австро-Унгария също признават Независимостта. [32]

През февруари 1910 г. българска делегация на най-високо равнище заминава на официално посещение в Петербург. Една от задачите ѝ е подписването на политическа и военна конвенция с Русия.

Започналите преговори само показват сериозните различия в позициите между двете страни. Българските представители претендират за цяла Македония заедно със Солун, както и за Източна Тракия с Одрин. Военната конвенция, която Русия предлага, по същество се стреми да ангажира България на страна-

та на Антантата в бъдещия световен конфликт. От Петербург настояват преди всичко за постигане на българо-сръбско споразумение, като на практика се солидаризират със сръбската позиция за подялба на Македония. [33]

Руският проект за българо-сръбска политическа конвенция, изработен през пролетта на 1910 г., предоставя на България по-голямата част от Македония, както и Източна Тракия без Одрин, но въпреки това предизвиква възраженията на кабинета на Александър Малинов. Същевременно руската страна изработва и проект за военна конвенция с България, като се съгласява с бъдещото присъединяване на Солун. Кабинетът на Малинов не проявява склонност към компромисно решение на проблема. Българската страна настоява и за клауза, която би я защитила от евентуална намеса на Румъния. Преговорите замират, без да получат някакво по-сериозно развитие. [34]

Съществена промяна в позицията на България настъпва едва през пролетта на 1911 г., със съставянето на коалиционното правителство на Иван Евстратиев Гешов. Новият кабинет, имащ подчертано русофилска ориентация, демонстрира желание за преговори със съседните балкански държави. При изменената ситуация руската дипломация активизира усилията си за създаване на балкански военно-политически съюз с антиавстрийска насоченост.

През втората половина на 1911 г., след продължителен период на колебание, правителството на Иван Гешов окончателно възприема линията на компромисно споразумение със Сърбия, отстъпвайки от принципа за неделимост (и формулата за политическа автономия) на Македония. На преговорите с Белград е даден ход, довел до сключването на българо-сръбския съюзен договор от февруари 1912 г., превърнал се в основата за изграждането на Балканския съюз.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сближението на по-голямата част от балканските християнски държави на антиосманска основа е закономерен процес, обусловен още от решенията на Берлинския договор (1878), оставил огромни територии от полуострова в границите на Европейска Турция. В същото време обаче военнополитическото обвързване на България, Сърбия, Гърция и Черна гора в каквато и да е комбинация се

оказва изключително трудно. Дори събитията в Османската империя от 1908 г. и видимото ѝ отслабване не са в състояние да консолидират потенциалните балкански съюзници. Основна причина за това са сериозно разминаващите им се, а в определени аспекти и диаметрално противоположни интереси.

Всяка от балканските държави се стреми да освободи своите сънародници, останали в Османската империя, но същевременно и да присъедини възможно по-големи територии. Линиите на взаимните претенции, обосновани във външнополитическите доктрини, се пресичат и противопоставят до степен, която не позволява да бъде намерен така необходимият компромис.

При провеждане на дипломатически разговори със своите съседи, позовавайки се главно на етническият принцип, България претендира за по-голямата част от Македония. Претенциите на Сърбия и Гърция, макар и обосновани с разнородни аргументи от различен характер, са не по-малки и също толкова упорито отстоявани.

Несъмнено Младотурската революция от лятото на 1908 г. и последвалите събития на Балканите активизират дипломатическите сондажи между България, Сърбия и Гърция. Оформилите се окончателно в Европа по същото време военнополитически групировки също насочват усилията си в търсене на потенциални съюзници и все повече определят позицията си към политическите отношения в региона. Но липсата на необходимата решителност от страна на балканските правителства, на одобрителната санкция на Великите сили като цяло и преди всичко острите противоречия, особено по отношение на Македония, задълго блокират опитите за създаване на балкански военнополитически съюз.

* * *

1. Пеева, П. Британия и източният въпрос през XIX век. В: *Източният въпрос, имперската дипломатия и национализмът на Балканите (1815-1918)* Бургас, Университет „Проф. д-р А. Златаров”, 2013, с. 9.
2. Пак там, с. 44.
3. Йовчева, Г. Българската емиграция в Новия свят и македонският въпрос 1944 – 1949 г, С., 2002, с. 38.
4. Пак там, с. 39-40.
5. Към края на XIX век Британия разбира, че не притежава силата да влияе сериозно върху

събитията в Турция. Тя се оказва сама сред европейските държави в желанието си да стабилизира Османската империя. Ето защо постепенно се отказва от традиционната си политика, признавайки, че на Берлинския конгрес е „оседлала погрешния кон”. Виж по-подробно П. Пеева. Цит. съч., с. 42-44.

6. Попов, Р. Австро-Унгария и реформите в Европейска Турция 1903-1908. С., 1974, с. 5.
7. Силянов, Х. Освободителните борби на Македония. Т. 2. С., 1983, Фототипно издание, с. 49-51; Георгиев, В., Ст. Трифонов. История на българите в документи 1878-1944. Т. 1, Ч. 2. С., 1996, с. 488.
8. Силянов, Х. Цит. съч., с. 93.
9. ЦДА, ф. 321 К, оп. 1, а. е. 1770, л. 55-61.
10. Националноосвободителното движение на македонските и тракийските българи 1878 - 1944. Т. 3, С., 1997, с. 19-21.
11. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. История на българската дипломатия 1879 - 1913. С., 1994, с. 329.
12. ЦДА, ф. 1079 К, оп. 2, а. е. 80, л. 13-14.
13. Хесапчиев, Х. Служба на България в чужбина. Военнодипломатически спомени (1899 – 1914). С., 1993, с. 51-156.
14. Силянов, Х. Цит. съч., с. 321-322.
15. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит. съч., с. 341.
16. Константинова, Ю. Българи и гърци в борба за османското наследство. В. Търново, 2014, с. 56 - 57.
17. Йовчева, Г. Цит. съч., с. 40.
18. Константинова, Ю. Цит. съч., 79 - 83.
19. Йовчева, Г. Цит. съч., с. 38.
20. Тошев, А. България и нейните съседи. С., 1943, с. 159 - 160.
21. Първанова, З. Между неосъществения Хюриет и неизбежната война. С., 2002, с. 120-121, 136.
22. Пак там, с. 122-128.
23. Пак там, с. 129-136.
24. Константинова, Ю. Цит. съч., с. 171.
25. Пак там, с. 176-184.
26. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит. съч., с. 407 - 409.
27. Първанова, З. Цит. съч., с. 137-138.
28. Пак там, с. 142-144; Славов, С. Българската държава и Съюзът на българските конституционни клубове в Османската империя – *Исторически преглед*, кн. 3-4, 2009, с. 20-38.
29. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит. съч., с. 388-406.
30. Пак там, с. 398-399.

31. Марков, Г. Провъзгласяването и признаването на независимото Царство България. – В: *Независимостта на България 1908 г. – поглед от XXI век*. С., 2010, с. 28-30.
32. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит.съч., с. 402-403.
33. Тошев, А. Балканските войни. Предистория и причини. Т. I, С., 1929, с. 255-260;
34. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит.съч., с. 411- 413.

ЛИТЕРАТУРА

- Георгиев, В., Ст. Трифонов. История на българите в документи 1878-1944. Т. 1. Ч. 2. С., 1996.
- Йовчева, Г. Българската емиграция в Новия свят и македонският въпрос 1944 – 1949 г. С., 2002.
- Константинова, Ю. Българи и гърци в борба за османското наследство. В. Търново, 2014.
- Марков, Г. Провъзгласяването и признаването на независимото Царство България. – В: *Независимостта на България 1908 г. – поглед от XXI век*. С., 2010.
- Националноосвободителното движение на македонските и тракийските българи 1878 - 1944. Т. 3. С., 1997.
- Пеева, П. Британия и източният въпрос през XIX век. В: *Източният въпрос, имперската дипломация и национализмът на Балканите (1815-1918)*. Бургас, Университет „Проф.д-р А. Златаров”, 2013.
- Попов, Р. Австро-Унгария и реформите в Европейска Турция 1903-1908. С., 1974.
- Първанова, З. Между неосъществения Хюриет и неизбежната война. С., 2002.
- Силянов, Х. Освободителните борби на Македония. Т. 2. С. 1983, фототипно издание;
- Славов, С. Българската държава и Съюзът на българските конституционни клубове в Османската империя – *Исторически преглед*, кн. 3-4, 2009.
- Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. История на българската дипломация 1879 - 1913. С., 1994.
- Тошев, А. Балканските войни. Предистория и причини. Т. I, С., 1929.
- Тошев, А. България и нейните съседи. С., 1943.
- Трифонов, Ст. История на българите в документи 1878-1944. Т. 1. Ч. 2. С., 1996.

- Хесапчиев, Х. Служба на България в чужбина. Военнодипломатически спомени (1899 – 1914). С., 1993.
- ЦДА, ф. 321 К, оп. 1, а. е. 1770.
- ЦДА, ф. 1079 К, оп. 2, а. е. 80.

REFERENCES

- Georgiev, V., St. Trifonov. Istorija na bulgarite v dokumenti 1878 -1944. T.1. Ch.2. Sofia, 1996.
- Yovcheva, G. Bulgarskata emigratsia v Novia svyat i makedonskia vapros 1944 – 1949 g. Sofia, 2002.
- Konstantinova, Yu. Bulgari i gurtsi v borba za osmanskoto nasledstvo. V. Turnovo, 2014.
- Markov, G. Provuzglastyavaneto i priznavaneto na nezavisimoto Tsarstvo Bulgaria. – V: *Nezavisimostta na Bulgaria 1908 g. – pogled ot XXI vek*. Sofia, 2010.
- Natsionalnoosvoboditelno dvizhenie na makedonskite i trakiyskite bulgari 1878 -1944. T. 3. Sofia, 1997.
- Peeva, P. *Britania i iztochnia vapros prez XIX vek*. V: *Iztochniyat vapros, imperskata diplomatsia i natsionalizmat na Balkanite /1815-1918/*. Burgas, Universitet “Prof.d-r A.Zlatarov”, 2013.
- Popov, R. *Avstro-Ungaria i reformite v Evropeyska Turtsia 1903-1908*. Sofia, 1974.
- Purvanova, Z. *Mezhdu neosushtestvenia Hyuriet i neizbezhnata vojna*. Sofia, 2002.
- Silyanov, H. *Osvoboditelnite borbi na Makedonia*. T. 2. Sofia, 1983, fototipno izdanie;
- Slavov, S. *Bulgarskata durzhava i Suyuzut na bulgarskite konstitutsionni klubove v Osmanskata imperia – Istoricheski pregled*, kn. 3-4, 2009.
- Statelova, E., R. Popov i V. Tankova. *Istoria na balgarskata diplomatsia 1879 - 1913*. Sofia, 1994.
- Toshev, A. *Balkanskite voyni. Predistoria i prichini*. T. I, Sofia, 1929.
- Toshev, A. *Bulgaria i neynite susedi*. Sofia, 1943.
- Trufovov, St. *Istoria na bulgarite v dokumenti 1878-1944*. T. 1, Ch. 2, Sofia, 1996.
- Hesapchiev, H. *Sluzhbna na Bulgaria v chuzhbuna. Voennodiplomaticheski spomeni (1899 – 1914)*. Sofia, 1993.
- TSDA, f. 321 K, op. 1, a. e. 1770.
- TSDA, f. 1079 K, op. 2, a. e. 80.

БАЛКАНСКАТА ВОЙНА (1912 – 1913) – ДИПЛОМАТИЧЕСКИ И ВОЕННИ АСПЕКТИ

Петър Парушев

THE BALKAN WAR (1912-1913): DIPLOMATIC AND MILITARY ASPECTS

Petar Parushev
E-mail: pet73@abv.bg

ABSTRACT

The present article aims to throw additional light on the actions of the diplomats in Sofia, Belgrade and Athens regarding the politics of the European military and political blocks in the Balkans on the eve of the First Balkan War (1912-1913). It examines the difficult road leading to the formation of the Balkan Union between Bulgaria, Serbia and Greece, the diplomatic courses of the Balkan countries and the development of the military actions before the beginning of the First Balkan War (1912-1913). The research is based on major scientific works on the topic, published documents, as well as archives from the Central Public Records Office (CDA).

Key words: Greece, Serbia, Bulgaria, Balkan Union, politics of the Great Powers, First Balkan War

ВЪВЕДЕНИЕ

През първото десетилетие на XX в. България изживява забележителен стопански подем, съпроводен от процес на ускорено модернизирание и превъоръжаване на армията. Сред управляващите, а и в обществото решително преобладава мнението, че пътят за освобождаване на сънародниците в Македония и Одринска Тракия минава през война с Османската империя. След обявяването на Независимостта през 1908 г. въпросът за военното разрешаване на националния въпрос като че ли застава на дневен ред.

Въпреки че е считан за неизбежен в перспектива, до 1912 г. конфликтът с Османската империя не е разглеждан от българските правителства като непосредствено предстоящ. Избухването на Балканската война е следствие от комбинираното въздействие на няколко външни и вътрешни фактори и обстоятелства, които ускоряват неизбежната развръзка.

Трудният път, извървян от България, Сърбия и Гърция до изграждането на Балканския съюз, ходовете на дипломатията на балканските държави до началото на Първата балканска война 1912–1913 г. и развитието на бойните действия са исторически проблеми, които поради своята значимост са изследвани от различни автори.

Множество научни статии, студии, монографии, документални и мемоарни сборници са посветени на един или друг аспект на тези проблеми. Те са разгледани в редица индивидуални и колективни научни трудове.

Настоящата статия си поставя за цел допълнително да осветли действията на дипломатите в София, Белград и Атина и политиката на европейските военно-политически блокове на Балканите в навечерието на Първата балканска война 1912 – 1913 г. и в хода на бойните действия.

За нуждите на изследването са използвани основните трудове по темата, публикувани документи и спомени, както и архивни източници от Централния държавен архив (ЦДА).

* * *

За България войната с Османската империя налага търсенето на съюзник сред останалите балкански държави. Поради взаимните претенции и непреодолимите противоречия по отношение на Македония, този процес задълго не получава никакво развитие. Кабинетите на Народнолибералната (1903–1908) и Демократическата партия (1908 – 1911) не отстъпват от формулата за автономия и запазване целостта на Македония, докато правителствата на Сърбия и Гърция настояват за подялба на областта.

Сформираното в България през март 1911 г. коалиционно правителство начело с Иван

Евстратиев Гешов се оказва по-склонно към преговори със съседните балкански държави. Новият кабинет (съставен от Народната и Прогресивнолибералната партия) във външнополитическо отношение е ориентиран почти изцяло към Русия и останалите държави от Антантата. [1] При тези условия руската дипломация активизира усилията си да създаде балкански военнополитически съюз, но не с антитурска, а преди всичко с антиавстрийска насоченост.

Правителствената промяна в България е приета положително в Атина и Белград. [2] През март 1911 г. Гърция подновява контактите си с българското правителство. [3] Сръбската страна също предлага постигането на споразумение за Македония на базата на „взаимни отстъпки“. [4] По настояване на Гешов пълномощният министър в Белград Андрей Тошев изготвя обширен доклад относно сръбските претенции. [5]

През септември 1911 г. Италия обявява война на Османската империя. Въпреки че конфликтът се развива далеч от Балканите, той ускорява тенденцията на сближение между държавите в региона. [6] Войната закономерно активизира и освободителните движения в Европейска Турция. През октомври 1911 г. ВМОРО излиза с Мемоар до Великите сили, в който официално декларира възстановяването на въоръжената борба и връщане към старата цел – автономията на Македония. [7] През есента албанските ръководители планират мащабно въстание за пролетта на следващата година. Усилията на този етап обаче и на сръбското, и на българското правителство са насочени към въздържане на албанците от въстание, което би усложнило преждевременно обстановката на Балканите. [8]

Потенциалната опасност от формиране на голяма автономна Албания дава сериозен първоначален тласък на българо-сръбските преговори. Особено заинтересована е Сърбия, която разглежда въпроса за решаването на противоречията по македонския въпрос в контекста на исканията си за излаз на Адриатическо море, възможен единствено през Северна Албания. Притесненията в София, макар и далеч по-умерени, също имат своето значение. В широките си граници проектираното от Австро-Унгария албанско държавно образувание обхваща и части от географската област Македония със значително българско население.

През втората половина на 1911 г., след продължителен период на колебание, правителството на Иван Евст. Гешов окончателно възприема линията на компромисно споразумение със Сърбия, отстъпвайки от принципа за неделимост на Македония. [9] Началото на същинските преговори е поставено през септември в Белград. Основна роля в тях играе специално пристигналият от Рим Димитър Ризов. Като изходна база се използва сръбско-българският договор от 1904 г. Според Иван Евст. Гешов първоначално е съставена Промемория с колективното участие на двамата министър-председатели, Д. Ризов и Д. Станчов. Документът потвърждава автономията на Македония, но при невъзможност от нейното осъществяване предвижда разделянето на областта между България и Сърбия. Формулата за арбитраж е добавена по-късно от Д. Ризов. Първоначалният вариант предвижда по-голямата част от областта да остане в България, а Скопският санджак да премине в границите на Сърбия. [10]

През следващите месеци преговорите се водят не особено интензивно поради съществените различия в позициите на двете държави. От сръбска страна с тази задача е натоварен пълномощният министър в София Мирослав Спалайкович. Българската страна е представена от самия Иван Евст. Гешов, който периодично се консултира със Стоян Данев и министрите Т. Теодоров и Н. Никифоров. [11] За постигането на окончателния компромисен вариант немалка е заслугата на руската дипломация в лицето на пълномощния министър в София Анатолий Неклюдов и военния аташе Ю. Д. Романовски. [12] Съставен е протокол, оформящ постигнатото споразумение, който заляга в основата на по-късните договори и военната конвенция. [13]

При окончателния текст на договора принципът за автономия на Македония, за който толкова настоява българската страна, формално се приема, но в твърде условна форма. Реално постигнатото споразумение е за подялба на областта на „спорна“ (подлежаща на арбитраж) и „безспорна“ (българска) зона. На 29 февруари/ 13 март 1912 г. между България и Сърбия е подписан съюзен договор, в тайния анекс на който залягат решенията за бъдещата съдба на областта. [14]

Секретното приложение предвижда при евентуална война срещу Турция всички освободени територии временно да бъдат управлявани съвместно (под формата на кондоми-

ниум) за срок най-много до три месеца от подписването на мирния договор. След това разделението ще стане върху принципа, че Сърбия признава правото на България да присъедини всички земи на изток от Родопите и р. Струма, а българската страна – сръбските права върху териториите на север и запад от планината Шар. Останалата област (т. е. цяла Македония), въпреки присъствието в анекса на автономисткия вариант за нейното управление, е прецизно и детайлно разделена на две зони. За арбитър по въпроса за принадлежността на „спорната“ област, за която сръбската страна има дългогодишни нескрити претенции, е определен лично руският император. [15] Българо-сръбските договори са допълнени и от споразумение между генералните шабове на двете държави. [16]

Договорът за приятелство и съюз между Царство България и Кралство Сърбия, подписан в София на 29 февруари 1912 г., предвижда сключването на военна конвенция в срок най-много до 15 дни от датата на официалното подписване от двамата министър-председатели. [17]

Руският арбитраж се разпростира само върху „спорната“ зона в Македония. При всички останали спорни въпроси се предвижда двустранно решаване на проблемите съобразно клаузите от договора, анекса и военната конвенция.

Няколко месеца по-късно, на 16/29 май 1912 г., е подписан и Отбранителен съюзнически договор между България и Гърция. Той е предшестван от продължителна, макар и не особено интензивна дипломатическа дейност. [18] За да се избегне застоят, породен от взаимно неприемливите позиции на двете страни, договорът не маркира, дори и в най-общ план, бъдещата граница в Македония.

До присъединяването на Гърция към Балканския съюз нейната позиция остава крайно резервирана към военнополитическо обединение от подобен формат. Като цяло правителството на Елевтериос Венизелос се стреми да разсрочва преговорите във времето и едва през август 1912 г., пред непосредствената перспектива от започване на военни действия на България и Сърбия срещу Турция, пристъпва към сключване на военна конвенция с българския Генерален шаб. [19] Документът е подписан броени дни преди началото на Балканската война. [20]

За разлика от българо-сръбския съюзен договор, договорът между България и Гърция не

носи никакви конкретни ангажименти относно разпределянето на отвоюваните територии. И двете страни разглеждат подписаната договореност като временно тактическо, но необходимо средство за реализиране на териториалните си аспирации. Преговарящите са наясно, че компромис за спорните области в Македония е невъзможен, поради което разчитат със започването на военните действия да заемат колкото се може по-големи територии.

Независимо от подписаните договори, нито една от балканските държави не проявява склонност към ускоряване на зреещия конфликт с Турция. Договорите не предвиждат никакви срокове в това отношение. Правителството на Иван Евст. Гешов се въздържа от войнствени декларации и до последно се опитва да запази нормални отношения с Османската империя. Сърбия се намира в достатъчно усложнена ситуация, притисната от Австро-Унгария от север. Все още незавършилата военната си реорганизация Гърция също е крайно предпазлива.

Сключването на Балканския съюз минава под знака на все по-силно очертаващото се противопоставяне между Антантата и Тройния съюз. Формирането на балканския блок се извършва под егидата на Съглашението и основно на Русия. Следва да се подчертае и фактът, че руската дипломатия иска да придаде на съюза преди всичко антиавстрийска, а не антитурска насоченост. Стремещът на Петербург е да въздържа балканските съюзници от преждевременен сблъсък в региона, изолиран от очакваната коалиционна война между Великите сили. Великобритания, която отдавна е преустановила традиционната за XIX век политика на поддържане и реанимация на Османската империя, подкрепя почти пълното изтласкване на Турция от Европа. [21] На противоположния полюс е Германия, която се придържа към запазване целостта на Османската империя. Германската политика се определя от ключовите стопански, военни и геостратегически интереси, които централната европейска империя има в Турция. В позицията си към назряващия конфликт на Балканите държавите от Тройния съюз не са единни. Австро-Унгария и Италия имат неприкрити аспирации към значителни османски територии (Албания, Косово, части от Македония) и си съперничат помежду си.

От началото на 1912 г. обстановката в европейските вилаети на Турция все повече се

усложнява. Нестихващите въстания на албанците стават все по-опасни за османския интегритет, като същевременно албанският въпрос трайно излиза на европейската дипломатическа сцена. [22] През лятото на 1912 г. поредната вълна от насилие на османските власти (провокирана в немалка степен от новата тактика на динамитни атентати, прилагана от ВМОРО), [23] предизвиква масови протестни митинги в България. Призивите за война с Турция по страниците на българския печат и улиците на София стават все по-настойчиви. [24] През август Австро-Унгария оповестява нота, в която по същество подкрепя исканията на албанското движение. Балканските лидери реагират остро на инициативата на Виена, опасявайки се не без основание от една прекалено голяма Албания под австрийски протекторат. Българското правителство настоява и въпросът за автономията на Македония да влезе в европейския дневен ред. [25]

В такава обстановка правителството на Гешов провежда съвещание в присъствието и на цар Фердинанд, на което е решено да се направят постъпки пред Сърбия и Гърция за съвместни военни действия срещу Турция. [26] Колебанията, които видимо изпитва коалиционният кабинет до последния момент, са прекратени от обявената в Османската империя обща мобилизация. На следващия ден – 17 септември, България и останалите членове на Балканския съюз отговарят със същата мярка. [27]

Отрицателното становище на Русия към войната на Балканите не се изменя дори след обявяването на общата мобилизация. Външният министър Сергей Сазонов не крие раздразнението си пред българския пълномощен министър в Петербург Михаил Маджаров, отбелязвайки, че „моментът е твърде зле избран за стълкновение с Турция”. [28] Реакцията на останалите Велики сили също е негативна, въпреки че в поведението им се забелязват различни нюанси. Във Виена подозират, че сръбско-българският съюз всъщност се направлява от Русия. По-умерена е реакцията на Германия. Италия се ориентира към бързо приключване на проточилата се война с Турция. Франция е на мнение да се предостави (за пореден път) на Русия и Австро-Унгария инициативата за предотвратяване на назряващия балкански конфликт. [29]

На 3 октомври 1912 г., в отговор на колективната нота на съюзниците за въвеждане на

радикални реформи в европейските вилаети, Османската империя обявява, че прекратява дипломатическите си отношения с тях и се намира във фактическо състояние на война. С нота от 5 октомври с.г. българското правителство обявява война на Турция. [30] Малко покъсно това правят и Сърбия, и Гърция.

Бързите победи на българските войски в Източна Тракия и на съюзниците в Македония твърде скоро променят отношението на Великите сили към конфликта на Балканите. Разгромът на османската армия в решаващото сражение при Люлебургаз-Бунархисар в средата на октомври 1912 г. и последвалото ѝ паническо отстъпление към столицата не оставят съмнение в изхода на войната. Великите сили спешно се ангажират с посредничеството между двете воюващи страни. Най-активни са дипломатите на Съглашението и преди всичко тези на Русия. Отношението на Петербург към войната става по-благоклонно. През следващите седмици дипломатията на славянската империя, ръководена от външния министър Сазонов, оказва непрекъснато съдействие на съюзниците в постигането на примирие с Турция. Повишената чувствителност на Русия към зоната на Проливите обаче си остава непроменена. [31]

С бързите и решителни успехи на Балканския съюз поначало хипотетичният вариант за запазване на териториалното статукво окончателно отпада. Максимализмът в исканията неизбежно започва да взема връх. Кабинетът на Иван Евст. Гешов все по-малко се вслушва в наставническите призови на Петербург за умереност. [32] Възможността за временно влизане на победоносните войски в османската столица започва сериозно да се обсъжда от Главното командване. За временното заемане на Цариград се посочват преди всичко военностратегически съображения и мотивът, че оттам по-лесно ще се диктува мирът с Турция. [33]

На 22 октомври 1912 г., за да избегне пълния военен разгром, турското правителство се обръща за посредничество към Великите сили за спиране на военните действия. Разчита се основно на Великобритания, тъй като новият велик везир Кямил паша е определян като англофил. Европейските държави приемат посредничеството по принцип, но трябва предварително да се споразумеят и излязат с обща позиция. [34] Под въздействие на цар Фердинанд и Главното командване българското правителство отхвърля идеята за пос-

редничество. [35] Армията настъпва към Чаталджанската укрепена линия – последната преграда пред Цариград. [36] На 31 октомври 1912 г. в Министерския съвет е получена телеграмата, с която Кямил паша иска примирие. Правителството е склонно да се съгласи с предложението. [37] Малко по-късно, след поредното допитване до цар Фердинанд, правителството решава да се отговори положително на телеграмата на Кямил паша, като се изготвят условия, съгласувани предварително със съюзниците. [38] Докато кабинетът на Иван Евст. Гешов уточнява условията за примирието обаче [39], Главното командване провежда неуспешната Чаталджанска операция.

Двудневните боеве при Чаталджа и масово разпространената се холерна епидемия [40] в българската армия рязко изменят военнотрагическото положение. Пред очертаващия се неблагоприятен изход от сраженията цар Фердинанд спешно търси помощта на Русия и останалите сили от Антантата. Видимо притеснен, царят телеграфира на Иван Евст. Гешов да съобщи чрез руския посланик в Цариград Михаил Гирс съгласието на българската страна да приеме предложението за примирие. [41] На 8 ноември монархът отново инструктира министър-председателя да настоява „енергически пред руското правителство да интервенира немедленно за спирането на военните операции”. [42]

Примирието между България и Османската империя е сключено на 20 ноември 1912 г. [43] Условията са умерени, но сравнително благоприятни за Балканския съюз. Армиите остават на заеманите от тях позиции. Снабдяването на българските войски на Чаталджанската позиция се улеснява по жп линията, минаваща през контролирания от турците Одрин. [44]

Началото на мирните преговори е дадено в Лондон на 3 декември 1912 г. Същевременно в британската столица под председателството на външния министър Едуард Грей започва работата си и конференция на посланиците на Великите сили, която е натоварена със задачата не само да съдейства за умиротворяването на Балканите, но и да предотврати сблъсък между двете военнополитически групировки. [45] Заседанията на форума са закрити, но той има наблюдаваща и контролираща роля спрямо дейността на мирната конференция.

При преговорите османските представители проявяват неотстъпчивост по повечето от

исканията на съюзниците. Разчитайки на обсадения, но държащ се Одрин, турците настояват за запазване на Източна Тракия. [46] В отговор на това в българските дипломатически и военни среди усилено започва да се обсъжда идеята за подновяване на военните действия. [47]

Българските искания на Лондонската конференция първоначално също са изведени в програма-максимум. По инструкции от София Ст. Данев настоява за линията Мидия-Родосто (на Мраморно море), а не за поумерената Мидия-Енос (на Бяло море). [48] Край на тези надежди слага решението на посланическата конференция за отхвърляне на българските претенции. [49]

Поради застоя в преговорите между балканските съюзници и Турция конференцията на Великите сили практически изема инициативата от преговарящите страни. След продължителни разисквания посланиците вземат две основни решения – създаването на независима албанска държава (искане, за което особено настоява Австро-Унгария) и отстъпването на всички европейски територии на Османската империя на запад от линията Мидия – Енос на държавите от Балканския съюз. [50]

С нота на Великите сили от 4 януари 1913 г. турското правителство е уведомено за решенията на Лондонската конференция. Няколко дни по-късно Високата порта отговаря, че приема исканията, но на 10 януари в Цариград е извършен военен преврат. Управлението отново е поето от младотурците. Превратът е осъществен не без внушенията на германската дипломация. Новите управляващи отхвърлят всякакви ангажименти, поети от предходното правителство, и заявяват намерението си да подновят войната до победен край.

През януари 1913 г. бойните действия са подновени. Започва вторият етап на Балканската война, продължил до началото на април. През него българските войски съсредоточават усилията си в плътната обсада и превземането на Одрин. По останалите фронтове в Източна Тракия – Чаталджа и Галиполи, се водят сражения с отбранителен характер.

След падането на Одрин в средата на март военните действия закономерно отиват към своя край. На 18 март 1913 г. посланиците в Цариград връчват на турското правителство нота, съдържаща предварителните условия за мир, заложили в решенията на Лондонската

конференция. На 21 март, на заседание на Коронния съвет под председателството на цар Фердинанд, Иван Евст. Гешов се изказва за приемане на линията Мидия-Енос. Аргументите на министър-председателя са красноречиви – „иначе да се бием не само с гърци и сърби, но и с румънци и турци”.

След сключване на второто за войната примирие преговорите в Лондон са подновени. Мирният договор е подписан на 17 май 1913 г. и Османската империя губи почти всичките си европейски територии, както и островите в Егейско море. Предварително определената линия Мидия-Енос става новата граница между победената империя и балканските съюзници. [51]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Балканската война от 1912 – 1913 г. представя колосално усилие на обединените балкански държави за освобождаване на техните сънародници в Европейска Турция. Водеща роля в създаденото за целта военнополитическо обединение, наречено Балкански съюз, има България. Страната сключва отделни двустранни договори с другите съюзници, мобилизира много по-голяма армия, отколкото всички останали, и постига решаващи успехи на най-важното направление в посока Цариград. След поредица от бързи победи, но и продължителни патови ситуации, през пролетта на 1913 г. войната завършва с пълно поражение за Османската империя.

Създаването на Балканския съюз обаче е резултат от сложни преговори и тактически, наложени от временната конюнктура компромиси. Преразпределянето на османското териториално наследство се оказва проблем, който съюзените балкански държави не успяват да разрешат по мирен път. За България липсата на достатъчно гаранции в съюзния договор със Сърбия и на каквито и да е договорености по бъдещата разграничителна линия с Гърция в Македония предопределят бързото изостряне на отношенията с останалите съюзници. Заложените слабости в договорите стават видни още в първите седмици от войната. Трайната тенденция на нарастване на напрежението довежда до остро военно и политическо противопоставяне между България от една страна, и Сърбия и Гърция – от друга, а само месец след подписването на Лондонския мирен договор – и до Втората балканска (Междусъюзническа) война.

* * *

1. Стателова, Е. Иван Евстратиев Гешов или трънливият път на съзиданието. С., 1994, с. 197.
2. Тошев, А. България и нейните съседи. С., 1943, с. 298-299.
3. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. История на българската дипломация 1879-1913. С., 1994, с. 419-421.
4. ЦДА, ф. 3 К, оп. 8, а. е. 1878, л. 4-5.
5. Пак там, л. 31-31а, 37-40; Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит. съч., 421-422.
6. Стателова, Е. Иван Евстратиев Гешов..., с. 203-205.
7. Вътрешната македоно-одринска революционна организация (1893 – 1919 г.). *Документи на централните ръководни органи (устави, правилници, мемоари, декларации, окръжни, протоколи, наредби, резолюции, писма)*. Т. 1, Ч. 2. С., 2007, Съст. Ц. Билярски, И. Бурилкова, с. 1014-1015.
8. Първанова, З. Между неосъществения Хюриет и неизбежната война. С., 2002, 255-264.
9. Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит. съч., 423-424.
10. Гешов, И. Балканският съюз. Спомени и документи. С., 1915, с. 13-14.
11. Пак там, 16-24.
12. Каширин, В. О проблеме начертания „границы Романовского”: из предыстории Балканских войн 1912 – 1913 гг. – Македонски преглед, кн. 1, 2013, с. 37 – 59.
13. Гешов, И. Цит. съч., с. 24-26.
14. ЦДА, ф. 568 К, оп. 1., а. е. 910, л. 11-17; Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. Цит. съч., с. 425-434; Стателова, Е. Иван Евстратиев Гешов..., с. 210.
15. Националноосвободителното движение на македонските и тракийските българи 1878 - 1944. Т. 3, С., 1997, с. 264.
16. ЦДА, ф. 568 К, оп. 1., а. е. 910, л. 18-20.
17. Конвенцията е подписана на 29 април във Варна от двамата министър-председатели и военните министри ген. Н. Никифоров и ген. Р. Путник. В съответствие с нея на 19 юни 1912 г. е подписано и споразумение между щабовете, което визиращо практическото взаимодействие между двете армии в случай на война срещу Турция. Появилите се още тук различия се задълбочават при последвалата размяна на мнения между щабовете. Сръбската страна продължава да настоява, че основният театър на бойните действия ще бъде долината на Вардар, а българската – долината

- на Марица. Тези различия са видими и при следващото споразумение, подписано в Белград на 23 август. Последното споразумение между шабовете от 15 септември е съставено в навечерието на общата мобилизация. – Гешов, И. Цит. съч., с. 74-76, 82-83.
18. Основна роля в тези инициативи има гръцкият пълномощен министър в София Д. Панаас. – Гешов, И. Цит. съч., с. 27-28, 85-86.
19. Константинова, Ю. Българи и гърци в борба за османското наследство. В. Търново, 2014, с. 185-195.
20. Гешов, И. Цит. съч., с. 29, 85-86.
21. Пеева, П. Британия и източният въпрос през XIX век. - В: Източният въпрос, имперската дипломатия и национализмът на Балканите (1815-1918). Б., Университет „Проф. д-р А. Златаров”, 2013, с. 45.
22. Първанова, З. Цит. съч., с. 216-218.
23. ЦДА, ф. 321 К, оп. 1., а. е. 2102, л. 41-42, 45-46; Славов, С. Революция и политика: ВМОРО и българската държава в навечерието на Балканската война - Исторически преглед, 2011, кн. 1-2, с.71-72.
24. Марков, Г. България в навечерието на Балканската война (юни-септември 1912 г.) - Военноисторически сборник, кн. 5, 1992, с. 21-23; Национално-освободителното движение на ..., с. 265.
25. Първанова, З. Цит. съч., с. 265-266.
26. Гешов, И. Цит. съч., с. 30-35.
27. Пак там, с. 36; Националноосвободителното движение на ... с. 265.
28. Марков, Г. България в Балканския съюз срещу Османската империя 1912 – 1913. С., 1989, с. 20.
29. Пак там, с. 28-35.
30. Гешов, И. Цит. съч., с. 40-42.
31. Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 76.
32. ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1194, л. 126.
33. Славов, С. Българската офанзива в Източна Тракия през есента на 1912 г. – реализация и пропуснати възможности. – В: *110 години от Илинденско-Преображенското въстание и българската национална идея от Сан Стефано до Букурещ (1878 - 1913)*. Сборник доклади от международна научна конференция, Благоевград, 2-4 октомври 2013 г., С., 2014, с. 469-471.
34. Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 17-18, 98-99.
35. ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1194, л. 40.
36. Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 101-102.
37. ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1194, л. 15.
38. Пак там, л. 17; Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 115-123.
39. ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1194, л. 64.
40. Пак там, л. 59.
41. Пак там, л. 84.
42. Пак там, л. 148.
43. ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1195, л. 3-5.
44. Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 178-179.
45. Национално-освободителното движение на ..., с. 267.
46. ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1196, л. 128, 230; Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 201, 220, 226.
47. ЦДА, ф. 1079 К, оп. 2, а. е. 50, л. 1.
48. ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1194, л. 98.
49. Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 17-18, 194-195, 200.
50. Национално-освободителното движение на ..., с. 267.
51. Марков, Г. България в Балканския съюз ..., с. 235, 238-239, 249-250, 257, 343-344.; Национално-освободителното движение на ..., с. 267, 268-269.

ЛИТЕРАТУРА

Вътрешната македоно-одринска революционна организация (1893 – 1919 г.). *Документи на централните ръководни органи (устави, правилници, мемоари, декларации, окръжни, протоколи, наредби, резолюции, писма)*. Т. 1, Ч. 2. С., 2007, Съст. Ц. Билярски, И. Бурилкова, с. 1014-1015.

Гешов, И. Балканският съюз. Спомени и документи. С., 1915.

Каширин, В. О проблеме начертания „границы Романовского”: из предъистории Балканских войн 1912 – 1913 гг. – Македонски преглед, кн. 1, 2013.

Константинова, Ю. Българи и гърци в борба за османското наследство. В. Търново, 2014, с. 185-195.

Марков, Г. България в Балканския съюз срещу Османската империя 1912 – 1913. С., 1989.

Марков, Г. България в навечерието на Балканската война (юни-септември 1912 г.) - Военноисторически сборник, кн. 5, 1992.

Националноосвободителното движение на македонските и тракийските българи 1878 - 1944. Т. 3. С., 1997.

Пеева, П. Британия и източният въпрос през XIX век. В: Източният въпрос, имперската

дипломация и национализъмът на Балканите (1815-1918). Бургас, Университет „Проф.д-р А. Златаров”, 2013.

Първанова, З. Между неосъществения Хюриет и неизбежната война. С., 2002.

Славов, С. Българската офанзива в Източна Тракия през есента на 1912 г. – реализация и пропуснати възможности. – В: *110 години от Илинденско-Преображенското въстание и българската национална идея от Сан Стефано до Букурещ (1878 - 1913)*. Сборник доклади от международна научна конференция, Благоевград, 2- 4 октомври 2013 г., С., 2014.

Славов, С. Революция и политика: ВМОРО и българската държава в навечерието на Балканската война - Исторически преглед, 2011, кн. 1-2.

Стателова, Е. Иван Евстратиев Гешов или трънливият път на създанието. С., 1994.

Стателова, Е., Р. Попов, В. Танкова. История на българската дипломация 1879-1913. С., 1994.

Тошев, А. България и нейните съседи. С., 1943.

ЦДА, ф. 3 К, оп. 8, а. е. 1878.

ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1194.

ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1195.

ЦДА, ф. 176 К, оп. 2, а.е. 1196.

ЦДА, ф. 321 К, оп. 1., а. е. 2102.

ЦДА, ф. 568 К, оп. 1., а. е. 910.

ЦДА, ф. 1079 К, оп. 2, а. е. 50.

REFERENCES

Vutrechnata makedono-odrinska revolyutsionna organizatsia (1893 – 1919 g.). *Dokumenti na tsentralnite revolyutsionni organizatsii (ustavi, pravilnitsi, memoari, deklaratsii, okruzni, protokoli, naredbi, rezolyutsii, pisma)*. Т. 1, Ch. 2. Sofia, 2007, Sust. Ts. Bilyarski, I. Burilkova, 1014-1015.

Geshov, I. Balkanska suyuz. Spomeni i dokumenti. Sofia, 1915.

Kashirin, V. O problem nachertania “granitsay Romanskogo”: iz predistorii Balkanskih voyn

1912 – 1913 гг. – Makedonski pregled, kn. 1, 2013.

Konstantinova, Yu. Bulgari i gurtsi v borba za osmanskoto nasledstvo. V. Turnovo, 2014.

Markov, G. Bulgaria v Balkanskia sayuz sreshtu Osmanskata imperia 1912-1913. Sofia, 1989.

Markov, G. Bulgaria v navecherieto na Balkanskata vojna (yuni-septemvri 1912 g.) – Voennoistoricheski sbornik, kn. 5, 1992.

Natsionalno-osvoboditelno dvizhenie na makedonskite i trakiyskite bulgari 1878 -1944. Т. 3. Sofia, 1997.

Peeva, P. Britania i iztochnia vapros prez XIX vek. V: *”Iztochniyat vapros, imperskata diplomatsia i natsionalizmat na Balkanite /1815-1918/*, Burgas, Universitet “Prof.d-r A.Zlatarov”, 2013.

Purvanova, Z. Mezhdur neosushtestvenia Hyuriet i neizbezhnata vojna. Sofia, 2002.

Slavov, S. Bulgarskata ofanziva v Iztochna Trakia prez esenta na 1912 g. – realizatsia i propusnati vuzmozhnosti. – V: *110 godini ot Ilin-densko-Preobrazhenskoto vustanie i bulgarskata natsionalna ideia ot San Stefano do Bukuresht (1878 - 1913)*. Sbornik dokladi ot mezhdunarodna nauchna konferentsia, Blagoevgrad, 2- 4 oktombri 2013, Sofia, 2014.

Slavov, S. Revolyutsia i polotika: VMORO i bulgarskata durzhava v navecherieto na Balkanskata vojna - *Istoricheski pregled*, kn. 1-2, 2011.

Statelova, E. Ivan Evstatiev Geshov ili trunlivi-yat put na suzidaniето. Sofia, 1994.

Statelova, E., R.Popov i V.Tankova. Istoria na balgarskata diplomatsia 1879 - 1913. Sofia, 1994.

Toshev, A. Bulgaria i neynite susedi. Sofia, 1943.

TSDA, f. 3 K, op. 8, а. е. 1878.

TSDA, f. 176 K, op. 2, а.е. 1194.

TSDA, f. 176 K, op. 2, а.е. 1195.

TSDA, f. 176 K, op. 2, а.е. 1196.

TSDA, f. 321 K, op. 1., а. е. 2102.

TSDA, f. 568 K, op. 1., а. е. 910.

TSDA, f. 1079 K, op. 2, а. е. 50.

ПРОФЕСИОНАЛИЗМЪТ – ЕДИНСТВО ОТ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И МОРАЛ

Мария Костурова-Парашкевова

PROFESSIONALISM: A UNITY OF KNOWLEDGE, SKILLS AND MORALS

Maria Kosturova – Parashkevova
E-mail: m_kosturova@abv.bg

ABSTRACT

The necessity of rationalization of knowledge, skills and morals and their application into practice is the only way to become a professional.

Key words: *knowledge, skills, interaction, moral values*

Знанието, умението и тяхното взаимодействие имат съществено значение в процеса на регулирането и управлението на всяка една човешка дейност: знанието - като база и основна предпоставка за осмислянето на действителността, на обществено-необходимото, на „другия“ и „другите“ като ценности в тази действителност; и умението - като дейност на конкретния субект, базирана на тези знания и с присъщата му индивидуалност, да реализира това обществено-необходимо и ценно като правило, норма, съвкупност от изисквания и т.н. във всички /или конкретната/ сфери на обществената си дейност. А такава съвкупност от обществено значими и необходими норми и изисквания, принципи и идеали е и моралът. Освен това - за да се прави „нещо“, трябва да се усвои поне необходимият минимум от знания, утвърдени изисквания, правила и норми, отнасящи се до това нещо – предмет, операция, действие и т.н. А умението е не само средството, чрез което се реализира осмисленото знание и правила като необходимост в практиката. Чрез уменията си всеки конкретен човек засвидетелства съществуването и присъствието си сред другите - става забележим, разпознаваем и оценяван, става съществуваща индивидуалност в конкретното човешко общество-океан от човешки индивидуалности, умеещи /въпреки различията си/ да действат съвместно. Тази съвместност е резултат от осмисления от индивидите общ интерес, в името на който те се заставят да действат чрез общосподелени ценности. Последните са израз на формираната ценностната

система на конкретната социална общност и общество. Моралът като система от морални норми и правила, традиции и обичаи, принципи и идеали, утвърдени в конкретното общество, е социалната ценност, която отстоява общия, обществен интерес и чрез своите ценности сплотява индивидите и общностите в името на постигането на този интерес.

След тези по-обща разсъждения ще направя опит да обоснова проблема за взаимодействието между знанието, умението и морала като проблем, отнасящ се до същността и спецификата на професионалната дейност. А последната е вид целесъобразна трудова дейност, която обединява хората, притежаващи сходни знания и умения, навици и интереси в конкретни сфери на обществената практическа жизнена дейност на хората. Професионалната дейност възниква в резултат от общественото разделение на труда и се явява източник на доходи за тези, които я извършват. Целта и задачите на всяка професионална дейност отговарят на обществените потребности и интереси и се реализират в съответствие с определени професионални ценности. Последните притежават два необходими признака: от една страна, се явяват конкретизация на обществените ценности, тъй като отразяват нравствените ориентири и предпочитания на обществото в различните сфери на общественно-продуктивната дейност на хората в конкретния етап от неговото развитие, а от друга страна - професионалните ценности, съществуващи в рамките на определената професия, изпълняват ролята на регулативен

механизъм на конкретната професионална дейност. Връзката между професионалните групи и обществото е съществена, тъй като: професиите реализират, поддържат и защита - ват определени социални ценности, а обществото обезпечава и санкционира съществуването на професиите и общественото им признание. С други думи, обществото легитимира професионалната дейност - не само юридически, но и по призвание - за тези, които я осъществяват. Този аспект на професионалната дейност става отличим още през 16 в., когато: „...понятието „професия” добива гражданственост и получава своя основен смисъл на ограничена сфера от дейности, която не се свежда просто до труда, осигуряващ прехраната, а която има и определено нравствено значение, защото е свързана с призвание.” [1] За съществеността на взаимодействието между знание и умение пишат мислителите още от древността. Платон приема тези понятия за тъждествени, но отнесени към изкуството, подчертава и разликата между тях - едни изкуства изискват повече умения от други изкуства /Филеб/. Тази разлика се отбелязва и в къснокласическия гръцки период, а през Новото време разграничаването между знанието и умението е вече твърде съществено. То се отнася до начина за регулация и насочване на дейността. Както е известно, за философите от Новото време научното знание е най-висша ценност, олицетворяваща прогреса. Научното знание е всеобщо-необходимо, над индивидуалното и безличното. Затова те противопоставят точното и ясно знание /на закона/ - на интуитивното практическо умение на майстора; основаната на точната наука техника – на знахарството, магията, дори на всекидневната човешка дейност.

Това виждане за научното знание обаче почти коренно се променя в края на XIX век. То започва да се възприема като ценност, използването на която предвещава по-скоро беда, отколкото прогрес, тъй като независимо че рационализира човешката дейност и подпомага ефективното коопериране на индивида с другите, заедно с това знанието предизвиква и обедняването на тази дейност. Заставя я в определени схеми и я лишава от необходимата ѝ многозначност. Особено ярко това положение звучи във възгледите на представителите на философията на живота и особено на представителите на Франкфуртската школа. Последните, без да отричат предимствата на научното знание, го определят

като „репресивен” фактор, подчиняващ индивида на обществото. Човекът в обществената система на индустриалното общество се превръща в индустриален придатък на системата, която подтиска и господства над човека. [2] През този период умението се отнася по-скоро към индивидуалния начин на поведение и зависи изцяло от желанието и волята на самия човек. Сръчността му е понятие многозначно, основаващо се на знанието, но човекът е, който контролира действията си, тъй като, ръководейки се от знанието, се подчинява на външни схеми на поведение, приети в обществото - на моралните. Така знанието се приема като средство за осъществяване на социален контрол над човека, подчинил се на културата, на колективно-безличния разум. [3] Източникът на умението се търси в уникалната индивидуална способност, а уелостта е израз на органичното единство на човека с природата. Следователно, връзката между знанието и умението тук трудно може да се намери. Нещо повече - знанието дори подтиска умението, въпреки че и двете понятия запазват традиционното разбиране за същественото им значение - на “общо” /за знанието/ и на “единично” /за умението/. През XX век научното знание все повече се диференцира и конкретизира и все повече се налага необходимостта от взаимодействието между научното знание и умението да бъде то прилагано в практиката съобразно обществените потребности. Този процес бележи етапа на бурното възникване на различните професии и професионални общности.

Тенденциите на общественото развитие във всички сфери на живота в края на XX век и днес, в началото на XXI век, потвърждават обективната взаимообусловеност и обществената необходимост от взаимодействието между знанието, умението и морала като необходимо-присъщи наличности и за обществената жизнена дейност на човека. Без това взаимодействие е практически невъзможна неговата пълноценна реализация като професионалист и гражданин.

Като исторически конкретни форми на човешка дейност знанието, умението и моралът се реализират в зависимост от съответните обществени условия на живот. Те са различни по начина на регулация и насочване на дейността и на социалните процеси. Знанието и умението /всяко поотделно/ изразяват отношението на човека към труда е към света. Това отношение се определя от конкретно-

историческите обществени и социални условия на живот и е фактор за преобразуване на действителността, на обективните реалности. Знанието и умението са средство за усвояване и преобразуване на действителността. Но в хода на този процес се осъществява и социализацията на човека, чрез която у него се формира ценностната му система, усетът му за общност и съвместност, прозрението му за ценността на своята и на другата индивидуалност. Така знанието и умението възпроизвеждат способността на индивида да действа по същия начин, както другите, по пътя на кооперирането и сътрудничеството с тях. Благодарение на това сътрудничество човекът овладява условията и закономерностите на развитието на обществените реалности и на природата, съзнателно и целенасочено организира дейността си в името на социалния интерес и обществен прогрес.

Съзнанието е преди всичко генетически и функционално сътрудничество, съумение и съучастие. Но в основата на всичко това е знанието - средството, което обединява /за всички тези, които го използват/. То също така е и умение, тъй като всеки го използва индивидуално - тук и сега, в конкретните условия и жизнени ситуации. Следователно и знанието, и умението са „особени“ оръдия за „обработката“ на самия индивид и за „обработката“ на човека като социокултурен субект на дейност. Тяхното съдържание се определя от необходимостта на човешката жизнена обществено-продуктивна практика. Затова всяко обучение е и „научаване“, и предполага подготовката на индивида като способен за сътрудничество и взаимодействие с другите посредством сформираните у него знания, умения, навици, способности. Разбира се, последните зависят до голяма степен от генетичните природни индивидуални дадености и възможности на самия индивид. Но те са по-точно „индивидуализираната общественост“ на човека, тъй като обществото е, което го прави субект – формира неговата „обществена същност“: „Същността на човека е социална, формира се и се проявява в системата от обществени отношения“. [4] Само в процеса на общуването с другите, встъпвайки в многообразни обществени връзки, човекът може да се отдели, разграничи и осъзнае своята неповторимост, способност и уникалност. Следователно, човек е длъжен не само да „знае“ добре и да владее себе си, но и да знае и познава добре и

условията, и обстоятелствата на своя живот, на социалната среда, на нейните ценности, в и чрез които се реализира. Това му е необходимо, за да съумява да се ориентира вярно за своите постъпки и действия, за реализацията на уменията си, тъй като те се осъществяват в пределите на социалните му и обществени връзки и зависимости. Умението е особена форма и начин за нормирането на дейността на индивидите в общността. То е резултат от съвместното изпълняване на действия от много хора едновременно, тъй като само тогава се поражда психологическата възбуда, наречена стремеж - умението като стремеж към съвършенство. А това предполага не само знания, а и съревнование на базата на общи качества и оттам - стремеж към тяхното усъвършенстване.

Така чрез кооперирането, в процеса на съвместността, се ражда съревнованието, което е предпоставка за постигането на умението. Последното е израз на крайният ефект от съвместността като най-съвършена схема за идентични действия с идентични предмети, но у природно различаващи се помежду си индивиди. Произведеният от умелия човек „продукт“ /тук се има предвид не само материален, но и духовен продукт, а също така и човекът като обект за въздействие и самовъздействие, обучение и самообучение/ се включва в общественото потребление и е ценен не само „продуктът“ като такъв, но и този, който го е произвел, - т.е. и самото му умение. По този начин умелият индивид става непосредствено индивидуална общественост. Така умението се реализира като жизнена ситуация за всеки, който го притежава в конкретните обществени реалности.

Нещо повече - знанието и умението организират и процеса на т. нар. опосредяване на взаимодействието между човека и природата. Това опосредяване се осъществява чрез определени оръдия на труда, явяващи се особени посредници между човека и природата, тъй като, от една страна, човекът въздейства върху нея посредством своята природна сила, а от друга - позволява на обекти извън него /но плод на неговия труд /, взаимодействайки си, да се вмесват в природата, за да постига своите собствени цели. Така човекът въздейства върху природата директно и индиректно. Това взаимодействие се осъществява посредством знанието и умението. Тук човекът не взаимодейства непосредствено както индивидът със социалната среда, а чрез продукта на

своя труд, тъй като „...отношението на производителя към продукта, щом той е готов, е външно, и връщането на продукта към субекта зависи от неговите отношения към другите индивиди.” [5] Следователно, жизнената дейност на човека с природата се изгражда върху конкретни форми на сътрудничество и коопериране с другите поради обществената същност на човека и съществуването му в неговата конкретно-историческа социокултурна жизнена среда. Нещо повече - чрез обществените форми на общуване на човека с природата се проявява и конкретизира неговата индивидуално-обществена същност, неговата съзнателност. При това всяко следващо оръдие на труда по силата на тази съзнателна човешка дейност би трябвало да бъде по-съвършено и по-благородно от другите. „Съвършенството на обекта е тъкмо резултат от облагородяването на природата от човешкия труд и затова така наречените естетически качества на природния обект /като оръдие/ служат на човека като своеобразен език, като сетивно „означаване” на **мярата** /к.м./ на неговия /човека/ собствен прогрес в усвояването на естествения материал.”[6]

В контекста на посочените разсъждения за отношението „знание-умение” ще подчертая ролята на знанието като всеобщо-необходим аспект на уменията. В утвърдилото се обществено производство с обособилите се в него дейностни сфери и естествена специализация на труда се обособява и самото образование като сфера, даваща знания за тези сфери и области.

Знанието и уменията са обществени явления. Те са средство за формирането на самия индивид като обществено същество, на неговата социокултурна същност и на неговата индивидуалност. Знанието е израз на всеобщото, на правилото и нормата - морална, естетическа, техническа, юридическа; то е развита форма на всеобщото обществено съдържание. Но знанието е и особен начин на управление на дейността в обществените реалности, тъй като носи своята конкретика. Умението се явява ограничена форма на всеобщото обществено съдържание, отнасяща се също до точно определен аспект на човешката дейност. Така в своето взаимодействие знанието и уменията се явяват взаимно допълващи се аспекти на една и съща дейност, израз на етапността в развитието на човешката дейност.

Конкретно-историческото обособяване на знанието като съдържание и дейността за неговото производство е необходимост, продиктувана от общественото производство, от хода на развитието на материалния и обществен прогрес. За „знанието”, което се произвежда в конкретно-историческите реалности на Новото време, е редно да се подчертае - през този период „чистото” научно знание се създава, без да се държи сметка за онези ситуации, в които то се прилага. Сякаш ученият от „класически тип” произвежда чисто знание, което би могло само да бъде отговорно за собственото си адекватно прилагане. Но в края на XIX век и особено в средата на XX век това положение съществено се променя. Новият тип научна рационалност изисква научното знание, прилагайки в практиката да се допълва с определени нравствени нормативи, породени от самата обществена практика. Това означава, че съвременният обучаващ се специалист би трябвало да бъде не само носител на определен вид знание, не само да умее да го прилага в конкретната ситуация, но би трябвало и да бъде отговорен за резултатите от това приложение. Т.е., от него се изисква и умение да проектира и дори организира връзката между научното знание и практиката.

Това изискване става съществено през втората половина на XX век, когато науката се свързва с понятието „ценност”. Ценността е израз на съществеността на връзката между познанието и преобразуването на действителността. От тук произтича и съвременната представа за връзката между гносеологията - науката за познанието, и аксеологията - науката за ценностите.

Един от основните проблеми на философията, на науката, на културата, става този за ценността на познанието. Този проблем е неотделим от ценностната проблематика, която все повече занимава хората - доколко и как научното познание може да повлияе на тяхната съдба и по-доброто им бъдеще? Основен критерий за ценността на научното познание е преобразената действителност в името на човешкия прогрес. Това предполага съзнателното въздействие на въоръжения с научното знание човек върху съществуващите реалности във всички сфери на живота, на обществения труд и на природата. Става дума за ценността на научните открития не само като констатация и факт, а като целесъобразно действие - целесъобразно търсене, це-

лесъобразен експеримент; за всичко онова, което човекът, занимаващ се с научно-приложна дейност, е длъжен да прави, за да постигне определени резултати. Става дума за целесъобразното въздействие на научните открития за развитието на самата наука, за въздействието на научните констатации върху избора на методи за изследване и за пренос на методи и понятия от една научна област и дисциплина в друга; за насоката на търсенията и характера на замисляните експерименти, за онова ценно и значимо, което определя формулираните изследователски цели и задачи. Причината е - знанието не трябва да се ограничи в пасивна констатация на реалността, а е свързано и с активното действие за изменение на реалността. развитието на науката е неразривно свързано с развитието на обществото, затова и ценността на научното познание има опосредстван и твърде сложен характер. Тя се свързва с въздействието ѝ за развитието на науката, на техниката, на структурата на производството, на качеството на социалния живот и отношения, на всички сфери на общественото развитие. Ценността на съдържанието на познанието и резултатите от научните търсения на всеки специализиран труд, базиращ се на знанието, се определя от приноса им за преобразяване на реалностите в името на обществения прогрес. Например, в исторически аспект винаги актуален е въпросът, свързан с въздействието на науката за преосмисляне на миналото и за предвиждане на бъдещото обществено развитие. Такова въздействие може да се нарече култура на ценността на познанието. Тя може да се определи като степен на осмисленост на обективно съществуващите реалности, на ролята и мястото на научното познание и неговото прилагане в практиката в онази мяра, която би гарантирала по-нататъшното обществено развитие и прогрес. А културата е свят на усвоени ценности и на непрекъснато създаване на нови. В социалния живот и културата, и науката изпълняват много важна продуктивна функция, основаваща се на определени морални основания. Последните са най-верните подстъпи за овладяването на ценното обществено и природно богатство, както и за създаване на такова. Ако се пренебрегнат тези морални основания, започва нехуманното и антихуманното в сътворяването и потреблението на създадените ценности. /Тук понятието „култура“ разглеждаме преди

всичко в духовен смисъл - като култура на дейност и поведение./

Факт е, че през ХХ век знанието все по-уверено започва да определя настоящето и бъдещето на човека и човечеството; успоредно с това нараства и отговорността за неговото прилагане. Основаното на НТП обществено развитие определи ролята на научното знание като надежден съюзник за постигане целите на социалното развитие, за повишаване на качеството на живота. Но очакванията за осъществяването на непосредствената връзка между научния и обществен прогрес в края на ХХ век постепенно се замениха със страх от нарастващото всемогъщество на научно-техническите постижения и трудно управляемите им параметри както върху природата, така и върху социалните реалности. Една от съществените причини за това се оказа неумението на човека и човешките общности и конкретно - на творещите НТП, а и на ползващите се от него, да предвидят евентуалните вреди от научно-творческите му мащаби и последиците от практически реализиращите се параметри.

В контекста на посоченото се открояват два особено актуални и днес взаимно свързани проблемни въпроса:

Единият се отнася до личността на твореца на научно и научно-приложно знание, в качеството му на специалист, реализирайки своите знания и умения да съблюдава утвърдените норми и изисквания, да отстоява обществен интерес като необходима ценност. Става дума и за това доколко съществено-необходимия от гледна точка на приложното етическо знание единен етически комплекс „свобода-отговорност“ е съществуваща и реализираща се в творческия устрем на специалиста-професионалист наличност.

Другият въпрос опира до умението на социалните общности /в това число и особено професионалните такива /чрез съответни управленски механизми да подпомагат /или заставят/ ориентацията на специалиста към този обществен интерес. Защото, откъснато от социалната практика, знанието и умението губят хуманистичните си измерения. Без механизмите на вътрешния личностен самоконтрол и тези на социалния контрол на процеса на създаване, усвояване и прилагане на знанието и умението, се стига до разкриването на „непозволени тайни“- чрез непозволени пътища, средства и методи за тяхното постигане. Тази тенденция в развитието на

взаимовръзката между специализираното знание и умение влиза в сериозно противоречие с предназначението на образованието и на науката като форма на обществено съзнание да способства за регулацията на общественото развитие, задавайки исторически конкретните критерии за добро и зло, за хуманно и нехуманно.

Тенденцията на дехуманизация на научното знание, ярко проявила се във втората половина на XX век, неумението на човека като творец, изпълнител и потребител на научното знание да се ограничи и определи мярката на научния си творчески стремеж, на взаимоотношението си с природата, както и на стремежа си да потребява материализирания научен продукт, доведоха до реалностите, в които повикът за хуманизиране на всички сфери на живота в края на двадесети век и до днес се очерта като най-актуалната обществена необходимост.

В условията на съвременната научна и технологическа революция, която е предимно информационна и която много автори определят като непредсказуема, нараства ролята на професионализма като единство от знания, умения и морал, както и ролята на професионалиста като обществено ангажирана личност. Истинският професионализъм не допуска утилитарно отношение на специалиста към хората - когато, например, един човек може да стане средство за постигането на определени, макар и важни, професионални цели. Ценността на отношението на специалиста към другия и другите - колеги, потребители, пациенти, граждани, се съдържа в хуманистичната му определеност да зачита и уважава правото на живот, чест и достойнство на всеки. Хуманизмът като основен принцип на етиката се налага като практическо нормативно изискване на професионалната етика на специалиста. Днес е повече от необходимо това хуманистично ценностно съдържание всеки професионалист и професионална общност да проявява и към природата. Хуманното и хармонично взаимодействие на човека с природата е актуална общочовешка ценност и потребност, която налага необходимостта личността на професионалиста да реализира в своята повседневна професионална практика. От гледна точка на етиката съзнателната човешка дейност, основана на яснотата в различните области на научното познание, би постигнала измеренията на социално ценното и общочовешкото само при

съумението на човека в качеството му на социален субект /особено на субект в сферата на творческата научна и научно-приложна дейност/ да осмисли своите потребности и интереси и да намери мярката в основополагащото за общественото развитие противоречие „личен-обществен интерес“, както и във взаимоотношението „личност-общество-природа“. Тази мяра етиката определя като добро, като социално-ценно и затова значимо както за отделния човек, така и за общността, към която той принадлежи. Именно тази мяра фиксира морала като социално и обществено явление. Тя изразява осмислената общност на интересите на и между индивидите, и професионалните им общности, между професионалните общности, между тях и обществото; Осъзнатата общност на интересите и умението на субектите да я съблюдают в професионалната си и гражданска реализация е ценността, без която практически не може да има обществено развитие и прогрес.

Тази необходимост поставя на дневен ред проблема за нравственото регулиране на поведението на субектите на професионална дейност, на тяхната нравствена отговорност, която да се реализира не толкова по пътя на институционалното регулиране /чрез съответни държавни и социални санкции/, а чрез личностните характеристики на специалистите - по пътя преди всичко на нравствения самоконтрол и самодисциплина. Дълбокото ми убеждение е, че обективната обществена необходимост налага изискването за засилване на позициите и ролята на морала като форма на обществено съзнание в регулирането на съществуващите обществени отношения. В този процес изключително голяма е ролята на професионалния морал на професионалните общности, на техните професионално-етични кодекси и комисии по етика. Тяхното предназначение е не само да подпомагат професионалното израстване на своите членове, но и да утвърждават професионализма като мерило за нравствено-деловите качества на специалиста. Професионализмът не е само сума от специализирани професионални знания и умения. Професионализмът включва и нравствен компонент, реализиращ се в и чрез дълбокото разбиране и отстояване от специалиста на професионалния му дълг и отговорност пред другите и обществото, пред природата и човечеството. Най-същностното съдържание на професионализма се заключава в осмислянето и

реализирането на специфичната общественостна същност на конкретната професия и професионален труд. Затова и осмислянето на ценността и реализацията на единството между знанието, умението и морала като теория и практика е сърцевината на професионализма.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Минева, С. Постмодерни дискурси на етиката. С., Фабер, 2007, с.93.
2. Вж. Horkheimer, M. Kritik der instrumentalen Vernunft. F. a. Mein, 1967, s. 95-106.
3. Вж. Личность в XX столетии. М., 1980.
4. Вж. Маркс, К., Ф. Енгелс. Съч. Т.3, с.5.

5. Маркс К., Ф. Енгелс. Съч. Т.46, ч.II, с.28.

6. Дробницкий, О. Проблемы нравственности. М., 1977, с.283.

REFERENCES:

1. Mineva S., Postmoderni diskursi na etikata. S., Faber, 2007, c.93.
2. Vg. Horkheimer, M. Kritik der instrumentalen Vernunft. F. a. Mein, 1967, s. 95-106.
3. Vg. Lichnost v XX stoletii. M., 1980.
4. Vg. Marks, K., F. Engels. Sash. T.3, s.5.
5. Marks K., F. Engels, Sash. t.46, ch. II, s.28.
6. Drobniiski, O. Problemy npravstvenosti., M. 1977, s. 283.

ХРИСТО ДОСЕВ – ЖИТЕЙСКИ ПЪТ, ОБЩЕСТВЕНА И ПУБЛИЦИСТИЧНА ДЕЙНОСТ

Ефим Агарин*, Маргарита Терзиева
e-mail: efimagarin@mail.ru

**ННГУ им. Н.И.Лобачевского, Нижний Новгород, Россия*

HRISTO DOSEV: BIOGRAPHY, PUBLIC AND LITERARY ACTIVITIES

Efim Agarin*, Margarita Terzieva

**Lobachevsky University, Nizhni Novgorod, Russia*

ABSTRACT

The paper presents an analysis of the activities of Hristo Dosev, one of the apostles of Tolstoyism in Bulgaria. His life story is traced both in his homeland and Russia and so are his relations with associates from the two countries. Some of the cited documents have been used in scientific circulation for the first time. The paper has been written as part of the Bulgarian-Russian Parallels from Linguistic, Literary and History of Pedagogy Aspects Project in Prof. Dr Assen Zlatarov University, Burgas.

Key words: *Tolstoyism, Russian-Bulgarian links*

Житейска биография

Христо Досев (1887-1919) е харизматична фигура за българските толстоисти. Той е единственият българин, попаднал в близкото обкръжение на Толстой; публицист, който с еднакъв успех твори на български и руски език; преводач и комунар. Може само да се гадае каква роля би играл в обществения живот, ако не е сравнително ранната му смърт – за толстоистите и вегетарианците в България това е огромна загуба, защото той още приживе е признат за духовен лидер.

Христо Досев произхожда от богат старо-загорски род и е предопределен за наследник на значително материално имущество, но още в ученическите си години в гимназията в Сливен заедно с приятеля си Димитър Жечков се посвещава на служенето на нов хуманен идеал. През пролетта и лятото на 1906 г., вместо да се отдаде на следването си в Лозана, Досев пребивава в селцето Ла Кроа сюр Лютри. Там заедно с група руски и български толстоисти обработва земята, за да се изхранва от труда си. От този период датират познанствата му с един от първите руски комунари Евгений Попов [14, л. 95], с издателя на

толстоисткото списание „Свободное слово“ Павел Бирюков и със сина на известния художник Николай Ге. В комуната се включва Димитър Жечков, който се отказва от следването си в Германия. Двамата приятели вземат решение да се върнат в България и да се посветят на новия начин на живот, с който свързват собственото си бъдеще и бъдещето на света.

След неуспешен опит в Бяла Слатина, през октомври 1906 година заедно с няколко съмишленици те създават една от първите толстоистки комуни в страната в селището Алан Кайряк (дн. Ясна поляна). Тук заедно със Стефан Андрейчин издават първото българско толстоистко списание „Възраждане“, в което обнародват собствени статии и материали на съмишленици от страната и чужбина.

През юли 1907 година Христо Досев заминава за Русия, а на 2 август същата година се запознава с Лев Толстой. [18, кн. 2, с. 468]. Съдейки по спомените на свидетели на тази среща, той намира общ език с руските толстоисти и внушава доверие. Валентин Булгаков – секретар на руския писател, пише: „На Досев можеше да се вярва... Разбира се, неговият житейски опит не беше голям, но се

чувстваше, че именно този опит е в основата на изказванията му, че този млад българин не е от тези, които пилят думите напразно“ [1, с. 223].

Христо Досев се прибира в България през есента на 1907 година след смъртта на Димитър Жечков, за да поеме апостолската му мисия за разпространяване на списание „Възраждане“. През пролетта на 1908 г. той активно се занимава със земеделски труд и пише до Лев Толстой за разширяването на влиянието на неговите идеи сред учащата се гимназиална младеж, като с радост подчертава, че в някои случаи младите привърженици на толстоизма числено превъзхождат марксистите.

След разпадането на комуната в Алан Кайряк Владимир Чертков отправя молба към Христо Досев отново да дойде в имението му в Телятинки и той приема предложението му за съвместна дейност, като на 23 август 1908 година посещава имението на Толстой, а на 20 август участва в тесния кръг приятели, които отбелязват 80-годишния юбилей на писателя. [6, с. 60].

В началото на 1909 година се отправя към Кавказ и заживява в семейството на руския толстоист Владимир Скороходов край Майкоп. През лятото на същата година се жени за дъщеря му Мария и се установява окончателно в Русия.

Вискателен към себе си и към околните, той критикува своя кумир, който според него не е на нужната висота в собствения си дом, щом си е позволил „робството“ (разбирай унижителна зависимост) от София Андреевна. В писмо до В.Чертков, коментирайки семейната драма на твореца, към която е съпричастен, той пише: „Но аз го съжалявам...защото външният му живот скрива в очите на хората всичкото значение и смисъл на неговите думи и мисли“ [12, с.327].

Сред документите на толстоиста от второ поколение Йордан Ковачев е запазено писмо от бившия министър-председател на страната Константин Муравиев от ноември 1962 година. То е обнародвано във възпоменателния лист „Йордан Ковачев. 100 години от рождението 1895-1995“. В него между другото се казва: „В моето малко стопанство, на една поляна, в скромна хижа са живели през лятото Шопов и Досев от Стара Загора и са приготвяли една стая за очаквания Лев Толстой“ (с .9). Съвременните изследователи биха могли да допуснат, че това е част от легенда-

та за евентуалното идване на Толстой в България през 1910 година, но е и твърде възможно твърдението да е истина, тъй като Г.Шопов – първият българин, лежал в затвора за отказ от военна служба, поддържа лична кореспонденция в Толстой, а Христо Досев е сред приближените на руския писател и му е отправял лична покана да посети страната.

Установилият се в Русия български толстоист предприема пътувания до родината. Участва в създаването на Българския вегетариански съюз през 1914 година, сътрудничи на български и руски периодични издания с толстоистка ориентация.

Трудовият живот в имението край Майкоп му доставя удоволствие. Той споделя, че работи с радост в тази среда – „сред природата и тишината“. [16, л. 3]. Поддържа връзка с руски толстоисти, живеещи на Черноморското крайбрежие – Н.Г.Сутков, П.П.Картушин, В.И.Засосов. За последния, отказал се от военна служба заради религиозните си убеждения и умрял съвсем млад на 20 ноември 1910 година в резултат на понесените страдания, Досев написва непубликуван очерк [11, л. 86-95]. Благодарение на него животът и делата на младия руски толстоист стават достойни на българските му съмишленици чрез списание „Възраждане“.

В началото на Първата световна война Христо Досев се присъединява към антимилитаристичното възвание на руските толстоисти, разпространението на което се преследва от полицията. В писмо до В. Булгаков той моли подписът му да бъде поставен под възванието, но последният секретар на Л. Толстой попада в затвора, преди да стори това. [2, с. 114-115]. Всички участници във възванието са арестувани и изправени на съд. „Процесът на 28-те толстоисти“ завършва през 1916 година с оправдателна присъда. Въпреки че не е в числото на подсъдимите, Досев се намира в Москва и посещава съдебните заседания. [16, л. 4].

В имението на тъста му В.Скороходов често гостуват българи. Понякога той се отбива при съмишленици толстоисти в Пятигорск. Учи английски език, защото мечтае да замине за Америка, за да изнася сказки. Живее скромно, в дървена къща с прости мебели, сковани от дърво. Ходи бос, облечен с проста рубашка. През 1916 г. заради влошеното си здраве прекарва известно време във Финландия, където се лекува. Написва „Дневникът на самотника“, който не издава приживе. По

време на събитията от 1917 година той създава детска трудова колония, която е разположена на километър от имението на Скороходови в Кавказ. Учи съседите си да живеят и работят на кооперативни начала. Подготвя преселването на семейството си в Сочи, на брега на Черно море, при колония от съмишленици. При завръщането си от Сочи се разболява (неговият родственик – видният преводач Теодор Куюмджиев, лансира семейната история, че се е хвърлил във водата, за да спаси давеща се жена и детето ѝ) и умира от възпаление на белите дробове на 12/26 декември 1919 г. Погребан е в „един ъгъл на овощната градина на Скороходов, между ябълчеви и вишневи дървета, близо до урвата над реката” [19, с.18]. Спомени за него в българския толстоистки и вегетариански печат обнародват Иван Цанев, Ботю Савов, Слав Делкинов; писателят Петко Росен разказва личните си впечатления в мемоарите си. „Елитният вегетарианец“ Николай Лилиев споделя спомени от съвместния им студентски живот в Лозана; поетът Никола Венетов – участник в комуната в Алан Кайряк, му посвещава стихове. Делегатите на вегетарианските конгреси почитат със ставане на крака неговата памет и заслуги като основател на Българския вегетариански съюз.

Преводаческа дейност на български език

Христо Досев владее свободно руски, немски и френски език. За 13 години той извършва десетки преводи, обнародвани на страниците на българското списание „Възраждане“, а впоследствие и в самостоятелни издания – предимно на същото издателство и на друго българско издателство – „Посредник“. Двете носят имена на сродни издателства в Русия. Показателно е, че Досев превежда както трудове на духовния си кумир Лев Толстой, така и на негови руски и френски съмишленици; прави преводи не само на публицистични, но и на художествени текстове – драми и романи. Някои от произведенията на Лев Толстой са публикувани в България, преди да се появят в Русия, където над тях тегне забрана от царската цензура.

А. Преводи на съчинения на Л. Толстой

Кратко изложение на евангелието. Прев. Д. Юруков и Хр. Досев. Б., Възраждане, 1906, 152 с.

Приказка за Иван Ахмака. Б., Възраждане, 1908, 39 с. – първоначалното издание е в сп.

„Възраждане“, 1908, кн.3-4; 3 изд. 1910; 4 изд.1919; 5 изд. 1921; 6 изд. 1924.

Законът на насилието и законът на любовта. Б., Възраждане, 1909, 63 с.; 2 изд. 1920.

Доклад на конгреса на мира. Прев. от авт. ръкопис. Пловдив, 1910, 8 с.

Отец Сергей. Светлината и в тъмнина свети. Прев. от авт. ръкопис. Б., Възраждане, 1911, 144 с.

Разкази. Т.1. Прев. от авт. ръкопис. Б., Възраждане, 1911, 199 с. – включени са „Дявол“, „Какво сънувах аз“, „Альоша Гърнето“, „Фалшивият купон“

Хаджи Мурат. С., Ал. Паскалев, 1912, 230 с.; 2 изд. 1929.

Детска мъдрост. С., Възраждане, 1919, 48 с.

Любите друг друга. Към революционерите. Правителството и строят. Б., Възраждане, 1919, 32 с.

Жив труп. С., Възраждане, 1928, 88 с.

Записките на един луд. С., Ал. Паскалев, 1932, 52 с. [13, 20]

Б. Преводи на други автори с толстоистки убеждения

Бирюков, П. Лев Николаевич Толстой. Биография. Б., Възраждане, 1908, 30 с. – вж. и сп. „Възраждане“, 1908, кн. 7-8, с.426-453.

Чертков, В. Кървава или мирна революция? Прев. В. Стоянов и Хр. Досев. Б., Възраждане, 1906, 65 с.; 2 изд. – 1920.

Наживин, И. В долината на скръбта. Драма. Б., 1908, 82 с.

Лебрен, В. Трудът, неговото значение и усвояване. Прев. от ориг. (фр.). Б., Възраждане, 1910, 39 с. [13, 20]

Освен това Христо Досев превежда трудове на Хенри Дейвид Торо, Едуард Карпентър и Евгений Лозински, които раждат полемики след българската общественост.

Художествено творчество

В българския толстоистки периодичен печат битуват три легенди, обработени от Христо Досев – „Белите врати“, „Ганга, речна девойка“ и „Де е Аллах“. Те показват усета му към този жанр, „имат подчертана образност, водят бързо към набелязания извод“ [4, с. 274]. С тези качества произведенията му несъмнено превъзхождат част от литературното творчество на съмишлениците му, попаднали в плен на старомодната за този период от развитието на българската литература сантименталност.

Публицистика

Христо Досев съчетава успешно преводаческата с публицистична дейност. Интересна особеност в неговата дейност е, че част от публикациите му се появяват за първи път в руското списание „Вегетарианское обозрение“, а след това на български език – включително и след смъртта му.

А. Български периодичен печат

Досев, Хр. Възпоменания за Толстой. – Възраждане, 1908, кн. 7-8, с. 452-472.

Досев, Хр. Влиянието на Толстой. – Възраждане, 1910, кн. 2, с. 195-114.- разпространение на идеите му в Холандия, Япония и Индия

Досев, Хр. Последните дни. Впечатлението от смъртта. – Възраждане, 1910, кн.10, с. 691-703, 707-720; вж. Свобода, 1935, бр.529-530.

Досев, Хр. Толстой и Синодът. – Възраждане, 1910, кн.10, с. 738-740.

Досев, Хр. Лични беседи с Толстой. 1907 – 1908 г. – Възраждане, 1911, кн.1, с. 32-41; вж. Гласът на Толстой. С., Възраждане, 1919, 32 с.

Досев, Хр. Влиянието на Толстой. – Възраждане, 1914, кн.1, с.12-18 – за разпространението на религиозните му възгледи

Досев, Хр. Апостолът на простия и свободен живот Хенри Давид Торо. – Възраждане, 1920, кн. 9. [13, 20]

Б. Самостоятелни издания

Досев, Хр. Близо до Ясна поляна 1907-1909 г. С., Посредник, 1928, 80 с.

Лекуване с треви. С., 1932, 46 с.

Богомили: история и учение. С., Възраждане, 1924, 39 с.

Съчинения. Т.1-2. С., Възраждане, 1923. [13, 20]

Най-популярни в България и Русия са спомените от срещите и беседите му с Л.Н.Толстой. През 1914 г. излиза на руски език книгата „Близо до Ясна поляна“ 1907-1909“. Тя е отпечатана с известни съкращения заради цензурата на Московската съдебна палата [6]. В списание „Вегетарианское обозрение“ са обнародвани беседите му с Л.Н.Толстой [5], издадени впоследствие и в България.

За разлика от много други последователи на толстоизма, Досев не се затваря в спомените и не се осланя единствено на тях – той споделя собствения си опит и възгледи за реализиране на хуманните идеи на Толстой в

живота. Сред десетките му публикации на руски език заслужава да се отбележат три, които представляват негов новаторски принос в теорията на толстоизма.

На първо място е очеркът му за историята на разпространение на толстоизма в България, който излиза в отделни броеве на списание „Вегетарианское обозрение“ през 1909-1914 г. [7; 8]. Спомените за основаването и функционирането на комуната в Алан Кайряк, в която наред с българските толстоисти се трудят техни руски съмишленици, са интересни за читателите. Ценна е не само фактологията, а стремежът на автора да представи всеки отделен комунар като личност, която търпи развитие. Сравнението с аналогичните опити в Русия се налага от само себе си – българският толстоист прави пълен анализ и посочва истинските причини за разпада на колонията, докато участниците в общинските комунни в Русия предпочитат да премълчат или избягнат този въпрос.

Както и други преди него, Досев постепенно се разочарова от начина на живот в комуните. Вече обработвайки сам земята в Майкоп със семейството си, той признава: „Често си казвам: ако дяволът иска да намери такава форма на живот, при която хората се разединяват и карат помежду си, той, без да се замисли, ще избере „християнската община“. [8, 1914, №5, с. 173].

Друга забележителна творба на Христо Досев е обемистата му статия за възгледите на философа Плотин. Това е един от древните философи, които Толстой и последователите му много ценят. По спомените на Наталия Страхова, Досев работи над тази статия от 1914 година, а нейната окончателна редакция и публикуване са през 1916-1917 г. [9]. Висока оценка ѝ дава Валентин Булгаков, който пише: „По своето интелектуално ниво Досев се откроява от младите хора, обкръжаващи Толстой. Занимавайки се с литература, той написа прекрасна статия за философа Плотин. Досев дава подробно жизнеописание на Плотин и великолепно по яснота и последователност изложение на неговото учение“ [1, с. 227].

От 1916 г. излиза толстоисткото списание „Единение“, което през 1917 г. променя заглавието си на „Голос Толстого и Единение“. В това списание, освен статията за Плотин, Христо Досев публикува няколко статии, посветени на различни житейски въпроси, като анализира проблемите през призмата на

толстоисткия светоглед. Най-значима сред тях е статията „Религия, наука и образование“ [10], посветена на педагогиката на толстоизма. Последователно и на достъпен език авторът формулира нейните принципи, акцентирайки не върху абстрактните ценности, а върху практическото им приложение в живота. Досев конкретизира обществените цели на образованието в осем задачи, всяка от които съответства на една от областите на човешкото познание. Така статията се превръща в своеобразен манифест на толстоистката педагогика. На финала на статията Христо Досев пише: „Този път и задачи крият в себе си възможност за велики реформи не само в областта на възпитанието и образованието на децата, но и в живота на човека, на човешкото общество“.[10, с. 38]. За съжаление, авторът не успява да види любопитните, нелишени от успехи резултати от прилагането на принципите на педагогиката на толстоизма в комуните в Съветска Русия през 20-30-те години, принос за които има неговият дългогодишен приятел и съмишленик Евгений Попов.

Житейският път и философските възгледи на Христо Досев дават основание за следните обобщения:

Макар че твори само в рамките на 13 години, Христо Досев оставя забележима диря в публицистиката и преводната литература, отличавайки се с изключителна продуктивност и творчество на два езика – български и руски.

Неговите личностни качества и безспорният му интелект го превръщат в лидер на толстоисткото движение в България, какъвто той несъмнено би станал, ако не беше внезапната му смърт.

Христо Досев не е просто последовател на идеите на Лев Толстой – той притежава качества на теоретик и анализатор на обществените явления от позициите на хуманната филолософия, вегетарианството и антимиитаризма.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Булгаков В. Лев Толстой, его друзья и близкие. Воспоминания и рассказы. Тула, 1970. 344 с.
2. Булгаков В.Ф. Опомнитесь, люди-братья! История воззвания единомышленников Л. Н. Толстого против мировой войны 1914-1918 гг. М.: Задруга, 1922. 230 с.

3. Вапцаров, Д. Съчинения на Христо Досев. Том първи. Разкази и статии. С., Възраждане, №148, б.г.

4. Георгиев, Л., П. Ватова. Възраждане. – *Периодика и литература*, т.3, С., АИ „Марин Дринов“, 1994, с.266-284.

5. Досев Х. Беседи Л.Н. Толстого. - *Вегетарианское обозрение*, 1914. №8-9, 10; 1915, №1, 2.

6. Досев Х. Вблизи Ясной Поляны (1907-1909 гг.). М.: Посредник, [1914]. 96 с.

7. Досев Х. Вегетарианское движение в Болгарии. - *Вегетарианское обозрение*, 1909. №6, с. 31-35.

8. Досев Х. Община „Возрожденцев“ в Болгарии. - *Вегетарианское обозрение*, 1914. №2, 3, 4, 5.

9. Досев Х. Плотин. - *Единение*. М., 1916. №3; 1917. №1(4).

10. Досев Х. Религия, воспитание и образование. - *Единение*. М., 1916. №2, с. 25-38.

11. Досев, Х. Толстой и борьба за идею мира в Болгарии. - ОР РГБ. Ф. 345. К. 61. Ед. хр. 5. 140 л.

12. Константинов, Г. Лев Толстой и влиянието му в България. С., НК, 1968.

13. Лев Н. Толстой. 1828-1910. Биобиблиография. С., НБКМ, 1979.

14. Попов Е. Моя жизнь – краткая автобиография. Часть 2. - РГАЛИ. Ф. 508. Оп. 1. Ед. хр. 270. 105 л.

Савов, Б. Един българин – голям приятел на Толстой. – *Литературен глас*, 1935, бр. 290

16. Страхова, Н.Ф. Воспоминания о Досеве ОР РГБ. Ф. 345. К. 94. Ед. хр. 3. 4 л.

17. Терзиева, М. Философские идеи Льва Толстого и их отражение в общественной практике болгарских толстовцев. - *Перспективы науки и образования*, 2015, кн.2, с. 136-138

18. У Толстого 1904-1910. Яснополянские записки Д.П. Маковицкого. - *Литературное наследство*, Т. 90. Кн.4. М., Наука, 1979.

19. Цанев, И. Няколко думи за Христо Досев. – *Възраждане*, с.114-120.

20. www.nationallibrary.bg

REFERENCES:

1. Bulgakov, V. Lev Tolstoy, ego druzya i blizkiye. Vospominaniya i rasskazy. Tula, 1970, 344 s.
2. Bulgakov, V. Opomnites, lyudi-bratya. Istoriya vozzvaniya edinomyshlennikov L.N.Tol-

stogo protiv mirovoy voyny 1914-1918. M., Zadruga, 1922, 230 s.

3. Vaptsarov, D. Sachinenia na Hristo Dosev. Tom parvi. Razkazi i statii. S., Vazrazhdane, №148, b.g.

4. Georgiev, L., P.Vatova. Vazrazhdane. – Periodika i literatura, t.3, AI „Marin Drinov“, 1994, s.266-284.

5. Dosev, H. Besedy L.N.Tolstogo. – Vegetarianskoye obozreniye. 1914. №8-9, 10; 1915, №1, 2.

6. Dosev, H. Vblizi Yasnoy Polyany (1907-1909 gg.). M.: Posrednik, [1914]. 96 s.

7. Dosev, H. Vegetarianskoye dvizheniye v Bolgarii. – Vegetarianskoye obozreniye. 1909, №6, s. 31-35.

8. Dosev, H. Obshchina „Vozrozhdentsev“ v Bolgarii. – Vegetarianskoye obozreniye. 1919, №2, 3, 4, 5.

9. Dosev, H. Plotin. – Edineniye, M., 1916, №3; 1917. №1(4).

10. Dosev, H. Religiya, obrazovaniye I vospitaniye. – Edineniye, M., 1916. №2, s. 25-38.

11. Dosev, H. Tolstoy i borba za ideyu mira v Bolgarii. - OR RGB, f.345, k.61, ed.hr. 5. 140 l.

12. Konstantinov, G. Lev Tolstoy i vliyanieto mu v Bulgaria. S., NK, 1968.

13. Lev N. Tolstoy. Biobibliografiya. S., NBKM, 1979.

14. Popov, E. Moya zhizn – kratkaya avtobiografiya. Chast 2. RGALI, f.508, op.1, ed.hr. 270. 105 l.

15. Savov, B. Edin bulgarin – golyam priyatel. – Literaturen glas, 1935, br. 290.

16. Strakhova, N. Vospominaniya o Doseve. – OR RGB, f.345, k.94, ed.hr.3. 4 l.

17. Terzieva, M. Filosofskie idei Lva Tolsogo i ih otrazhenie v obshtestvennoy praktike bolgarskih tolstovtsev. – Perspektivy nauki i obrazovaniya, 2015, kn.2, s.136-138.

18. U Tolstogo. 1904-1910, Yasnopolyanskiye zapiski D.P.Makovitskogo. – Literaturnoye nasledstvo, t.90, kn.4, M., Nauka, 1979.

19. Tsanev, I. Nyakolko dumi za Hristo Dosev. - Vazrazhdane, 1921, kn.4, s.114-120.

20. www.nationallibrary.bg

ДНЕВНИКЪТ НА ЯНУШ КОРЧАК – „ПОСЛЕДНАТА ДУМА” НА СТАРИЯ ДОКТОР

Тинка Иванова

JANUSZ KORCZAK’S DIARY: THE OLD DOCTOR’S “FINAL WORD”

Tinka Ivanova

E-mail: tinche_ivanova@abv.bg

ABSTRACT

Janusz Korczak was a physician, writer, tutor of orphans, and defender of children’s rights. Through his life’s work and death he became a symbol of the victory over Nazism. Korczak’s Diary is an authentic story of the last months of his life in the Warsaw Ghetto.

The present study is in the area of history of pedagogy and is based on theoretical analyses. Its purpose is to present Korczak’s Diary as an undoubted source of information about his work and activities in the Orphanage from May until August 1942. The study aims to find answers to the following questions: Which events in his life of both a physician and pedagogue were considered significant in the eyes of Korczak himself? How did children and tutors struggle for survival in the conditions of the Warsaw Ghetto? What kinds of dreams do people have when they stand in the face of Death?

The Old Doctor outlines in his memoirs his childhood coziness, his devotion to the medical profession and his gratuitous service dedicated to children. As a pedagogue, he creates an organization of the orphanage, still actual, which has been studied by specialists. As a physician, he tries to save his children’s lives and health in almost inhuman, ruthless conditions.

Korczak’s Diary has been moving people on and on, even after the author’s death.

Key words: diary, autobiography, memoir literature, orphanage, concentration camp

ВЪВЕДЕНИЕ

Януш Корчак е лекар, писател, възпитател на сираци, защитник на детските права. Делото и смъртта му го превръщат в символ на победата над нацизма и силите на мрака. Дневникът съдържа автентичен разказ за последните месеци от живота на Корчак и на двеста деца от Дома за сираци, принудително преместени зад стените на Варшавското гето. Според Игор Неверли – сътрудник и близък приятел на Корчак, дневникът е започнат през 1940 г., но впоследствие авторът прекъсва писането и го възобновява през май 1942 г. До август 1942 г. той пише редовно. Трагичните събития по депортирането на всички обитатели на Дома за сираци в концентрационния лагер Трешлинка прекъсват завинаги изповедта на Стария доктор. Дневникът е предаден на Марина Фалска и зазидан от Владислав Чикош в сградата на интерната „Нашият дом”. След войната той го изважда и предава на завърналия се от концентрационните лагери Игор Неверли, който по-късно го

оставя на съхранение в архива на Корчак. Ръкописът е публикуван през 1958 г. Необикновената съдба на Дневника, времето и събитията, които отразява, го превръщат в своеобразно завещание на Стария доктор. Той е изповед-послание.

ПОСТАНОВКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Изследването е в областта на педагогическата история. То има за цел да представи Дневника на Корчак като безспорен източник за живота и дейността му в Дома за сираци през периода май – август 1942 г. Изследването търси отговори на въпросите:

Кои са значимите събития в живота на лекаря-педагог през погледа на самия Корчак?

Как се борят за оцеляване деца и възпитатели в условията на Варшавското гето?

Какви са мечтите на хората пред лицето на смъртта?

Инструментариумът на изследването се базира на теоретичен анализ.

РЕЗУЛТАТИ

Когато започва да води своя Дневник, Корчак е наясно, че мемоарната литература може да бъде „мрачна, угнетяваща” [1, с.359]. Той има амбиция да направи своята автобиография по-различна, като сподели дълбоко преживените моменти, оставили трайни следи в съзнанието и душата му. Този процес лекарят-педагог сравнява не с изкачването на планина, което традиционно се прави в такива случаи, а с изкопаването на кладенец: „Разкопаваш нашир най-напред горния пласт, отхвърляш земята, лопата след лопата, без да знаеш какво има по-надълбоко, колко сплетени корени, какви препятствия, колко тежки, закопани от другите и от тебе, и забравени камъни, и различни твърди предмети... Дълбок ще бъде, ако успея, този мой кладенец.” [1, с.360 - 364] – пише Корчак в началото на своето животоописание. Той иска да бъде новатор в написването на автобиографията си, но е убеден, че спомените са зависими от актуалните преживявания. Преди да постави началото на Дневника, Корчак има на разположение 34 листа записки за възпитаниците на интерната. Това показва, че идеята не е нова за него и самият той споделя, че дълго време не се решава да води дневник. В творческите си планове обаче предвижда написването на автобиография „за своята малка и важна персона” [1, с.365]. Намеренията стават реалност през май – август 1942 г.

Ръкописът му се превръща в кръстопът на минало, настояще и бъдеще. Това са размисли за случилото се, описание на случващото се и плахи надежди за това, което Корчак иска да му се случи. Той говори със себе си и с Бога. Изповядва, проповядва, гневи се, тъжи, страда, обича... Не е възможно да се опише цялата палитра от чувства, през които преминава авторът. У него сякаш живеят художник, композитор, майстор на словото, фотограф, режисьор. Творецът рисува с един замах картините на своя живот, но скицира и подробности, които те карат да го почувстваш близък и разбираем. Той се интересува както от преживяното, така и от универсални човешки проблеми, събуждащи у него мислителя и философа. Всичко това се случва във Варшава, към която Корчак е изключително привързан. В Дневника си той споделя: „Варшава е моя и аз съм неин. Ще кажа нещо повече: аз съм тя... Варшава беше моето работно място,

моят кабинет, моята стоянка, тук са моите гробове“ [1, с.378].

Според Корчак никой не може да промени реда на живота. След бурна младост и успешна зрелост несъмнено идва старостта. Тя носи умора, повече бръчки и бели коси, по-бавни стъпки, по-малко ентузиазъм. Залез и предел на силите. Време е за равностетка. Първоначално Корчак я прави в разговора между двама старци. Той звучи много библейски и поучително. Единият старец е умерен, спокоен и благоразумен. Другият старец, в който читателят познава Корчак, е винаги там, където има „цицини и синини”. Бунтарят преминава през тежка военна служба, войни, революции. Живее хазартно, има приятели и врагове, няма свое семейство. А на въпроса дали има деца и внуци, той отговаря, че те са двеста. Житието му изглежда толкова странно, че неговият събеседник го определя като „шегобиец”.

В спомените си авторът на Дневника се връща към детството. Читателят се среща с едно обикновено дете, което обаче носи нещо неприсъщо на детството – обича да мисли и да бъде философ. Едва петгодишен, той споделя със своята баба смел план за преустройство на света. В него няма пари, няма „мръсни, дрипави и гладни деца” [1, с.363]. Малкият Хенрик обича с часове да играе със своите любими кубчета-тухлички. После юношата ги заменя с книги и чете „неистово”. Той обича да разговаря с връстници, с възрастни, със себе си. Детството на Корчак носи семеен уют и грижа за добро възпитание. Особено живи са случките с куклените представления за Рождество Христово, даването на милостиня, разходките. Корчак отбелязва, че носи името на дядо си и осъществява стремежите на баща си. Той познава историята на своите предци и се гордее с тях. Детството дава някои безценни уроци на бъдещия възпитател. Той забелязва сдържаността на възрастните, опитите им да изненадат децата без тяхно разрешение, желанието на малките зрители за многократно повторение на приказките. За съжаление, в училището на Шмурла момчето се сблъсква с пердаха с пръчка, който оставя трайни следи в ранената му душа.

Корчак следва медицина, специализира в клиниките на три европейски столици. Изкушен от амбицията да бъде „лекар и ваятел на детската душа”, става „скромнен градски лекар в болница” [1, с.386]. По думите му, има „ог-

ромен том спомени” от лекарската си практика. Той познава до болка варшавските улици, където са предимно неговите нощни визити. На богатите взема по три и по пет рубли, а на бедните - по двацет копейки. В Дневника си Корчак отбелязва: „Лекувах безплатно децата на социалисти, учители, журналисти, млади адвокати, дори на лекари – все прогресивни хора” [1, с.403]. Той се превръща в своеобразна „бърза помощ”, защото живее в болницата и е задължен да дава дежурства, да прави домашни посещения. Безкористната му дейност обаче е бойкотирана от фелдшери, аптечни складове, аптеки. За младия лекар са важни децата. Тях той определя като „светлини”, а всичко останало потъва в сенките и няма значение. В изповедта си Корчак признава колко много дължи на своята професия. В края на живота си той чувства вина, че е изоставил болницата заради Дома за сираци, но в действителност остава действащ лекар до смъртта си. Сиропиталището се превръща в поле за изявиите му. Възрастта на неговите пациенти е от седем до шейсет години. Той натрупва петстотин диаграми за теглото и ръста на децата. Негови верни съветници си остават термометърът и теглилката. Корчак умее да се вглежда в децата и с опитното око на педиатър да ги диагностицира. Например в Дневника споделя, че техните движения могат да бъдат живи, флегматични, сърчни, несръчни, уверени, плахи, акуратни, небрежни, съзнателни, автоматични. Каква невероятна наблюдателност притежава Корчак и какво богатство на езика! Само човек, който истински обича децата, може да бъде такъв чувствителен наблюдател и да улавя всяка промяна. С много любов Старият доктор съветва читателя да се вглежда в движенията, погледа, усилието, темпото, паузите в речта на всяко дете. Трудно е да се определи дали педагогът или лекарят в него взема превес. Те съжителстват успешно и помагат на децата в зависимост от потребностите им.

След първоначалния разговор със стареца Корчак отново се връща към равносметката на своя живот. Авторът на Дневника анализира живота си в седемгодишни периоди, макар да съзнава, че може да го представи и в петилетия, но сметката пак ще му се получи:

„Седмата година ми даде чувството за собствената ми ценност. Съм. Тежа. Знача. Мене ме виждат. Мога. Ще бъда.

Четиринайсет години... Първите мисли за възпитателни реформи... Аз съществувам не

за това да ме обичат и да ми се възхищават, а аз самият да действам и обичам. Не е задължение на околните да ми помагат, аз сам съм длъжен да се грижа за света, за човека.

3 x 7. Сега ми е тясно изобщо. Искам да завоювам, да се боря за нови простори.

4 x 7. Искам да умея, да зная, да не греша, да не се лутам. Длъжен съм да бъда добър лекар. Изработвам си собствен образец. Не искам да подражавам на признати авторитети.

5 x 7. Спечелих в житейската лотария... Не желая да знам повече, отколкото е възможно. Сключих с живота договор: да не си пречим взаимно.

6 x 7. Да направим равносметка... Ако можехме да знаем колко години ни остават, кога ще дойде краят. Все още не чувствам смъртта, ала вече мисля за нея.

7 x 7. Какво е всъщност животът, какво е щастieto. Само да не е по-лошо, да е точно така, както е сега.

7 x 8. Как се изнизаха тези години. Именно изнизаха” [1, с.410 - 412].

В направената равносметка Корчак установява, че добре познава крайностите на живота. Той знае какво са богатство, успех, войни, катастрофи. Лекарят-педагог знае и своята мъничка стойност и значение. В заключение авторът обобщава, че всичко е относително. Много често за недостига на сили и енергия хората обвиняват войната, а не натрупването на годините и старостта.

Настоящото присъства многолико и страшно в Дневника. То се разкрива чрез живота в гетото, борбата за оцеляване на децата, ежедневието на Корчак. Варшавското гето е създадено от нацистката администрация през 1940 г. То е отделено от останалия свят с висока стена, а на 22-та изхода има жандармерийски постове, които проверяват и наказват еднакво жестоко както евреи, така и поляци, решили да преминат загражденията. В гетото принудително са заселени 450 000 евреи на площ от 207 хектара [1, с.462]. Окупаторите безмилостно стесняват жизненото пространство и притискат живущите в него с репресии, глад, смърт. Те превръщат Варшавското гето в събирателен лагер за депортиране на евреи към газовите камери на Треблинка. За два месеца в концентрационния лагер са изпратени 300 000 евреи. В началото на 1943 г. Хайнрих Химлер нарежда окончателното унищожаване на гетото. През април 1943 г. няколкостотин млади евреи въстават и успяват да издържат на атаките на изпратените

германски части три седмици. Когато през май въстаниците са обградени от нацистите, те колективно се самоубиват. Техният пример е последван и от други по-малки еврейски гета. Съпротивата на Варшавското гето е най-значимата проява на еврейските бунтове по време на Втората световна война [2].

Домът за сираци е принудително преместен в гетото през октомври 1940 г. и остава там до депортирането му на 7 август 1942 г. Децата и техните възпитатели чуват нощни стрелби, виждат мъртъвци по улиците, погребват близки хора. Според Корчак е време на глад и недоимък. Старият доктор не се предава. Въпреки възрастта и болестите той посещава частни лица, институции, обръща се към богаташи и филантропи. Личното му достойнство не го спира да търси пари, за да храни децата. Това са неговите „визити“, за които лаконично съобщава в Дневника: „Върнах се смазан от „визитите. Седем посещения, разговори, стълби, въпроси. Резултатите: петдесет злоти и обещания за вноска от пет злоти месечно. Мога да изхраня двеста души“ [1, с. 393].

Мизерията се отразява дори върху писането на Дневника. В него авторът отбелязва поредица от трудности. Мазилото свършва. Бележникът свършва. Няма листи за писане. Прозорците са покрити с ролки от тъмна хартия. Лампата гасне. Моливът, с който пише Корчак, е толкова малък, че на пръста му се получава вдлъбнатина. Истинско удоволствие за него е кафето, направено от утайката на употребявано кафе. До читателя отново достига неговото заключение: война е. В писмо, адресирано до Анна Голдшмит – сестра на Корчак – той с болка споделя за своята тежка и унижителна работа да проси пари, за да изхранва децата. Хората не обичат мрачни лица и Старият доктор знае това. Той трябва да прикрива действителността, защото ако лекарят е уверен и спокоен, неговите пациенти му вярват и те също са спокойни. Все пак в Дневника си той ще напише: „Децата едва-едва се влачат. Само епидермисът е нормален. А под него са се спотаили умората, униението, гневът, бунтът, недоверието, скръбта, тъгата“ [1, с. 428]. Всичко това намира място и в дневниците на децата, определени от възпитателя като „мъчително сериозни“. В тях възпитаниците споделят с него своите преживявания, които се оказват общи. Например, че Марцели е дал 15 гроша за бедните. Шлома е разбрал, че са убили сина на вдовицата, а тя

още не знае и го очаква. Баштата на Шимонек е „борец за парче хляб“ и много го обича. Метек иска да подвърже молитвеника на своя починал брат. По страниците, изписани от детските ръце, шета смъртта. Има и добри новини, но те се срещат рядко. Няколко от децата изненадват Корчак, като написват писмо до свещеника на Енория „Вси светии“, в което молят да посетят градината към църквата в ранните съботни часове. Те искрено споделят, че са зажаждали за въздух и зеленина. Възпитаниците на Стария доктор горещо молят свещеника да не отказва на молбата им. Корчак искрено се радва на писмото и го приема за добро предзнаменование, че този ден ще събере повече от петдесет злоти. Наистина, в гетото се шири прах и мръсотия, в интерната е задушно и тясно. Въздухът не достига. В спалните спят по шейсет деца. Самият Корчак спи в изолатора с болните деца, с някое притичало през нощта уплашено дете и с умирация Азрилевич. Лекарят денонощно бди над здравето на децата, защото в гетото върлуват тиф, туберкулоза, дизентерия, въшки, дървеници. Той подсилва възпитаниците си с дрожди, рибено масло, защото понякога вечерята им се състои само от сурови моркови. Картофите са истински деликатес, на който се радват всички.

В тези условия лекарят-педагог се опитва да поддържа нормален ритъм на живот в сиропиталището. Той се радва на събуждащата се спалня и на нейното многообразие. По думите му, спалнята прилича на кошер и жужи. В събота има измерване на теглото на децата, което е свързано с емоции и закачки. Следват закуска, събрание за уточняване на плана на временното училище през лятото, издаване на „Вестничето на Дома“, произнасяне на присъдите на Другарския съд, посещения на адреси, вечерни педагогически заседания. Животът на Корчак и на децата е едно цяло. До смъртта си той остава верен на своите възгледи за детско самоуправление и организация на интерната. В Дома за сираци действа „бурса“, която дава възможност на бедни младежи да получат образование. В ежедневието намират място рецитали, театрални постановки, всякакъв вид игри на топка. Децата са „всеотдайни професори“, които учат Стария доктор търпеливо, самоотвержено и доброжелателно, макар че според твърденията му той понякога е бездарен и непохватен ученик. В условията на война и разруха едно момче, напускайки Дома за сираци, ще

сподели с Корчак: „Ако не беше този дом, нямаше да зная, че на света има честни хора, които не крадат. Нямаше да зная, че може да се казва истината. Нямаше да зная, че на света има справедливи закони [1, с. 408]. Това е повече от признание и благодарност, това е доказателство за израстването на човека и оставането му като такъв, независимо от външните обстоятелства. Това е личната победа на Стария доктор над злото.

В Дневника, макар и плахо, присъстват мислите на Корчак за бъдещето. Той вярва, че човек постига мечтите си, макар че понякога те се израждат и стават неразпознаваеми. Неговите мечти не са монотонни. Всеки път той внася в тях някаква промяна. Миналото и преживените събития го карат да се чувства стар, а той иска да бъде млад и затова крои планове за бъдещето. В недалечното му обзрение Корчак смята да напише книга за нощта в сиропиталището и за съня на децата. Той вижда себе си като автор на двутомен роман, чието действие се развива в Палестина. Писателят иска да продължи поредицата си за деца, в която им представя живота и делото на много велики поляци. Идва ред на роман за краля-дете Давид Втори. Разбира се, че Старият доктор мечтае да опише своята работа по израстването на човека, да напише автобиографията си. Освен изброеното, той има петнайсетина „работни“ мечти, които са теми на разкази, и ги обединява със заглавието „Странните неща“. Един от разказите е почти готов. В него авторът изобретява странен микроскоп, който отчита процентите човечност. В друг подарява приказка на един от най-малките възпитаници на интерната - Шимонек Якубович. Корчак добре познава мечтите си от предвоенните години, но си задава въпроси и какво ще се случи с него след войната. Може би ще го извикат да участва в изграждането на новия ред в света или в Полша. Тогава „ще бъде принуден да „чиновничества“, което не е по вкуса му. Когато е болен от тиф, Старият доктор има видение и търпеливо чака неговото осъществяване. Корчак вижда себе си в Америка да разказва за своите възпитаници и да събира средства за строителство на голямо сиропиталище в планините на Ливан. То ще бъде с огромни трапезарии и спални, ще има и „отшелнически къщички“. Тези къщички са върху плоския покрив на сиропиталището. Те са с прозрачни стени, за да се наблюдават изгревите, залезите, небето и звездите. Такива интернати Кор-

чак иска да създаде по целия свят – Биробиджан, Уганда, Калифорния, Абисиния, Тибет, Мадагаскар, Индия, Южна Русия, Полесие.

В Дневника намират място и възгледите на Стария доктор за евтаназията, за ролята на радиото, за патриотизма. В него е поместена и последната му статия, публикувана във Вестничето на Дома – „Защо събирам съдовете?“. Само няколко дни преди смъртта си, лекарят-педагог споделя своя опит да научи децата, че в интерната няма деликатна или груба, умна или глупава, чиста или мръсна работа. Той ги възпитава, че всяка работа в полза на човека е достойна за уважение.

Корчак разсъждава за живота и смъртта, искрено споделя молитвите, които отправя към Бога. Всевишният е щедър към него и му е дал живот, какъвто той си е поискал - „труден, но интересен“. Темата за смъртта носи белезите на мъдростта и вечността. Авторът сякаш се подготвя за тази среща:

„Хората чувстват и размишляват върху смъртта от гледна точка на края, а тя е само продължение на живота, един друг живот“ [1, с.372].

Дали смъртта не е такова събуждане в момента, когато ти се е струвало, че вече няма изход [1, с.413]?

„Бих искал да умирам в пълно съзнание и присъствие на духа. Не знам какво бих казал на децата на сбогуване. Бих желал да им кажа много, както и че имат пълна свобода в избора на пътя“ [1, с.436] – пише Корчак и остава верен на това, което защитава през целия си живот.

ИЗВОДИ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дневникът на Корчак е една страница от събитията във Варшавското гето през периода май - август 1942 г. Той е безценен източник за историци, литератори, философи, лекари, педагози. Ръкописът е необходимо четиво за всеки, който иска да бъде в помощ на хората.

В спомените си Старият доктор откроява уютта на своето детство, отдадеността си на лекарската професия и безкористното служене на децата. Педагогът създава организация на интерната, която продължава да бъде актуална и да се изучава от бъдещите специалисти. Лекарят съхранява живота и здравето на децата в почти нечовешки условия. Той не спестява на читателя някои неудобни въпроси: Какво е старостта? Защо негодникът има шанс за бели коси? Дали след войната хората

ще могат да се погледнат в очите? Защо едни ще умрат във войната, а други ще останат живи?

Дневникът се оказва възможен начин за живот след смъртта. Той продължава да вълнува читателите и след смъртта на своя автор, и след повече от седем десетилетия от написването му. Последните записки в него са от 4 август 1942 г. Корчак написва, че на никого не желае злото. Той няма такива умения и не знае как се прави това. Следва „Отче наш, който си на небесата...” После един уморен и възрастен човек полива „горките растения”, цветята на еврейското сиропиталище. Читателят сякаш усеща как почвата си поема дъх под живителната струя на водата. В шест часа сутринта мирната дейност на стареца се наблюдава от постовия, който е въоръжен с карабина и стои широко разкрячен. Какво следва? Може би поздрав? Може би изстрел? Плешивата глава на Стария доктор се отразя-

ва в очертанията на прозореца и е такава хубава цел...

Развързката идва на 6 август 1942 г. Децата от всички интернати във Варшавското гето са депортирани. С възпитаниците на Дома за сираци тръгват и техните възпитатели. Сред тях е и Януш Корчак.

Неговата „последна дума” остава като доказателство за възможния път на любовта към безсмъртието.

ЛИТЕРАТУРА

1. Корчак, Януш. Избрани произведения. С., 2012.
2. www.dm.com. Мъчениците от Варшава.

REFERENCES

1. Korchak, Yanush. Izbrani proizvedeniya. S., 2012.
2. www.dm.com. Machenishite ot Varshava

ВЪЗГЛЕДИ НА МИХАИЛ ГЕРАСКОВ И ПЕТКО ЦОНЕВ ЗА ИЗПИТИТЕ И ОЦЕНЯВАНЕТО В ОБУЧЕНИЕТО

Тинка Иванова

CONCEPTS EXPRESSED BY MIHAIL GERASKOV AND PETKO TSONEV ON EXAMINATION AND EVALUATION IN TEACHING

Tinka Ivanova

E-mail: tinche_ivanova@abv.bg

ABSTRACT

Mihail Geraskov (1874-1957) and Petko Tsonev (1875-1950) are representatives of the Bulgarian pedagogical thought in the first half of the 20th century. Both of them, being authors of books on didactics, examined some of the problems related to examination and evaluation. Their materials are included in teaching methods of, as a constituent part of future teachers' didactic knowledge.

This research aims at exposing M. Geraskov and P. Tsonev's views on examination and evaluation rates in teaching by looking into some actual projections related to modern teacher training. The aims have been realized by performing the following tasks:

- *Presenting M. Geraskov and P. Tsonev's main ideas about evaluation in teaching, as their ideas have not lost their validity up to now;*
- *Analysing the sources of subjectivity in evaluation given by the two authors, as well as the methods of surmounting such problems;*
- *Deducting some didactic requirements for the teacher as a subject who examines and evaluates, as given by the authors in their didactic concepts.*

The main methods included in this research are the theoretical and the comparative analyses and the study of specialized literature.

Key words: *examination, types of examinations, exam, evaluation, subjectivity in evaluation, forms and methods of evaluation*

ВЪВЕДЕНИЕ

Доцимологията е субдисциплина в науките за образованието. Тя разглежда целите и технологиите на изпитване и оценяване в обучението, изследва източниците на субективизъм и грешките в този процес. Оценяването в училищното обучение е процес за контролиране развитието на учениците в него, за установяване на тяхната мотивация и отчитане на степента на постигане на конкретните образователни цели. Ситуациите, които водят до субективизъм в оценяването, се наричат ефекти. Като такива могат да бъдат посочени ефект на ореола, ефект на контраста, ефект на съвкупността, ефект на умората, ефект на първото или последното впечатление, ефект на великодушното или снизходителността, ефект на гласа, ефект на пола.

Проблематиката на оценяване в обучението започва да се разработва през първото десетилетие на XX век, но бележи подем през 30-те години на XX век, когато френският психолог Анри Пиерон (1881 - 1964) въвежда понятието „доцимология“ [3]. Научен интерес представлява как тази проблематика се отразява в учебниците по дидактика преди нейното обособяване в самостоятелна дисциплина. Това дава представа за генезиса и еволюцията на доцимологията.

Михаил Герасков (1874 - 1957) и Петко Цонев (1875 - 1950) са представители на българската педагогическа мисъл през първата половина на XX век. Като автори на учебници по дидактика те разглеждат някои от въпросите на изпитването и оценяването, които са включени към методите на обучение и са съставна част от дидактическите познания на бъдещите учители.

ПОСТАНОВКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Изследването има за цел да представи възгледите на М. Герасков и П. Цонев за изпитите и оценяването в обучението, като изведе някои актуални проекции в подготовката на съвременните учители. Посочената цел се реализира чрез следните задачи:

- Да се представят основни идеи на М. Герасков и П. Цонев за оценяването в обучението, които не са загубили своето значение и днес.

- Да се анализират посочените от тях източници на субективизъм в оценяването и начините за тяхното преодоляване.

- Да се изведат някои дидактически изисквания към учителя като изпитващ и оценяващ субект, представени в техните дидактически възгледи.

Основни методи на изследването са: теоретичен и сравнителен анализ, проучване на специализирана литература.

РЕЗУЛТАТИ

М. Герасков определя изпитив“ [1, с.358]. Тя е характерна за училищната институция, която трябва да установи какво точно знаят учениците и на какво са способни. Според него началото на изпитите се поставя в Древен Китай. П. Цонев приема твърдението, че „изпити съществуват, откогато съществуват училища“ [4, с.337], и посочва Древна Гърция за тяхна родина.

Според М. Герасков, изпитването може да бъде насочено към физическите и духовните способности на учениците, към тяхната интелигентност, даровитост или най-често към знанията им. Той констатира съществуването на разногласия между дидактиците относно обекта на оценяване и значението на изпитването. Традицията насочва научния интерес към знанията като обект на оценяване, но все повече стават дидактиците, които искат да се проверяват способностите на учениците. Изпитването е под формата на изпити и текущо изпитване.

Според П. Цонев изпитната система преследва различни цели, но сред тях той откроява няколко:

- ориентиране на учителите в усвоените от учениците знания, за да продължат по-нататъшното им обучение;

- запознаване на родителите с резултатите от обучението, за да ги привлекат като сътрудници в образователния процес;

- заставяне на учениците да учат повнимателно и прилежно;

- възпитаване волята на учениците.

Посочените цели на изпитната система П. Цонев определя като заблуди. Той се изказва в защита на текущото изпитване, което предпочита пред изпитите. Ежедневното общуване предоставя на учителя възможности за по-добро познаване на знанията и способностите на учениците. Превръщането на изпитите във възпитателно средство за формиране на волята на обучаваните е изкуствен процес, който е обречен на неуспех. Според учения изпитите шаблонизират обучението, защото бележката се превръща в самоцел за учениците с всички позволени и непозволени средства. По този начин обучението се отклонява от образователния идеал и се насочва само към количеството знания. П. Цонев разглежда недостатъците на съществуващата изпитна система, която според него не може да оцени способностите на учениците.

- Изпитите са пречка за добрите отношения между учители, ученици и родители. Те поставят учениците в ролята на подсъдими – безволеви подчинени и безмълвни изпълнители. Това пречи на обучаваните да видят истинските намерения на учителя да провери техните знания. Родителите не предпочитат да присъстват на срещи, на които се коментира успехът на децата им.

- Изпитите всяват в изпитваните ученици страх, който се изразява в сърцебиене, неравномерно дишане, студена пот, треперене, зачервяване, преbledняване, спазми в стомаха.

- Изпитите уморяват повече учениците и те допускат повече грешки. Страхът, умората и изтощението от изпитната ситуация се отразява върху вниманието, паметта, волята им.

- Изпитите не проверяват цялостно постигането на образователните цели. Например те почти не засягат формирането на някои добродетели, които също са резултат от обучението - добросъвестност, инициатива, постоянство, воля, съзнание за дълг. Изпитите най-често са насочени към паметта и за това „зубрачите“ получават по-високи оценки.

- Нееднакво се разбира значението на учебните предмети. Те неправилно се разде-

лят на главни и второстепенни и това оказва влияние върху изпитите.

- Изпитите не могат да направят разлика между дарби, работоспособност, прилежание на учениците. Много често резултатът от тях е силно повлиян от родителите, а не констатира „успеха на образователните усилия на учителя и учениците“ [4, с.342].

- Изпитващите допускат „неизбежни грешки“ - задаването на въпросите става с лоши внушения, с мрачни физиономии или пренебрежително; въпросите са неопределени, неясни, объркани; учителят е негърпелив, несдържан, мърещ, заплашващ, очакващ точно определен отговор от ученика.

Според М. Герасков съществуват дидактически възгледи, отричащи необходимостта от изпити. Причините за това той вижда в необективността на информация, която те предоставя за способностите и знанията на обучаваните. При изпитите голяма роля има случайността, учениците са в особено напрегнато състояние, което се явява пречка за разкриване на потенциала им. Ученият също подкрепя тезата, че изпитите проверяват предимно паметта на учениците. Все пак според него те са необходими, защото мотивират учениците към „последователна, системна работа“ [1, с.358], към повторение на заученото, към укрепване на увереността в собствените познания.

Двамата учени посочват недостатъците на съществуващата изпитна система и защитават необходимостта от нейното подобряване. Те разграничават различни видове изпити - приемни, срочни, семестриални, годишни, изпити за завършен курс, зрелостни, държавни. Освен това изпитите могат да бъдат писмени и устни, теоретични и практични. Те са свързани с оценяването на учениците.

Според М. Герасков, оценката има за обучаваните практическо значение, защото чрез нея те могат да получат някакво право или привилегия - например да преминат в погорен клас или да се освободят от изпит. Оценката има и психологическо значение: „По-високата оценка повдига самочувствието и самоувереността на ученика, а слабата бележка действа депресивно, засилва чувството на слабост и неспособност - отбелязва М. Герасков. Това мотивира някои дидактици да отхвърлят цифровите оценки. Техните аргументи най-често са:

- бележката засяга само интелектуалната страна на ученика и тя го насърчава да запамятава учебния материал;

- една цифра трудно може да обхване способностите на ученика;

- бележката е субективна.

П. Цонев отбелязва: „Ако изпитването е мерено на способностите на учениците, бележката трябва да ни даде вярна, точна представа за психофизичния развой на ученика“ [4, с.343]. Той разглежда „традиционни грешки“ в системата за оценяване. Според него резултатите от обучението по различните предмети се оценяват различно, което е резултат от разделянето им на главни и второстепенни. Към първата група се отнасят Математика и Български език. По тези предмети учителите по-често пишат двойки и по-рядко – шестици. По техническите предмети ситуацията е обърната обратно.

Друга група „традиционни грешки“ се получават, защото бележката не е достатъчна. Психическите процеси имат интензитет, сила, качество и не могат да се оценят само с една цифра. Според П. Цонев съществуват много причини, които правят оценката необективна. Тя в значителна степен зависи от личните възгледи на учителя. Има учители, които са скъпи на бележки, други – евтими. Едни искат да заставят ученика да учи, като му пишат слаба оценка, други го стимулират с висока оценка. Някои учители извиняват ученика за неподготвен урок, други го наказват с двойка. Ученият споделя, че в това отношение не липсват курioзи. За пример той посочва практиката на Ст. Михайловски като учител по френски език в Русенската мъжка гимназия. Учителят делеял учениците на две групи – „каймак“ и „чорба“. На първата група Ст. Михайловски поставял четворки и много рядко петици. Втората група получавали тройки и двойки. Ако някой от „каймака“ се явял с неподготвен урок, учителят строго го предупреждавал, че ще го хвърли в „чорбата“ и това действало възпитателно.

Според П. Цонев не всички учители имат самообладание и търпение да разграничат поведението от успеха на ученика. В практиката са чести случаите, когато силен по успех ученик, но немирен, получава по-ниска оценка. Учителите принципно са по-щедри в оценяването към по-кротките и по-тихите ученици, макар че реално тези ученици могат да бъдат по-слаби по успех. Друг случай на необективно оценяване е, когато среден по успех

ученик попадне в по-слаба по успех паралелка. Тогава той е по-високо оценен, отколкото ако попадне в силна по успех паралелка. Предходната бележка също оказва влияние върху процеса на оценяване и понякога предопределя следващите. Много важно е и настроението на учителя преди изпитването. Това са го разбрали дори учениците и те неслучайно се опитват да го разберат. Колебливото и капризно поведение на учителя влияе негативно върху изпитваните.

Бележките са свързани с ученически книжки, бележници и свидетелства. Според П. Цонев, „дифрената бележка в свидетелствата, обаче, не дават ясна представа за способностите на ученика. Още по-малко може да се заключи от зрелостните свидетелства, в които резултатът е изразен в една-единствена обща цифра“ [4, с.345]. – обобщава ученият.

За подобряване на изпитната система П. Цонев препоръчва целогодишна работа на учителя за отстраняване на нейните недостатъци, които са в кръга на възможностите му. Учителят трябва да проявява особено старание в преговорните уроци, които да имат евристичен характер. Необходимо изискване е изпитният страх да се сведе до минимум. Отговорът на ученика да не се накъсва с въпроси от страна на изпитващия. Те да бъдат точни, ясни, зададени логически последователно. Според П. Цонев изпитът се провежда най-добре от учителя, който е обучавал учениците през учебната година. Той предпочита текущото изпитване пред изпита и препоръчва то да върви ръка за ръка с обучението, да не се отлага във времето. Обучението развива детето към образователния идеал и оценяването трябва да бъде цялостно. То ни дава резултата от неговото постигане или от отдалечаването му. Например, той предлага въвеждането на индивидуални атестационни книжки, които освен цифровите оценки да включват описание на дарбите, наклонностите, характерните черти на ученика. Те ще бъдат особено полезни за избора на бъдещата му професия.

За преодоляване на субективизма в оценяването М. Герасков препоръчва тестово изпитване; изпитване от комисия, когато това е възможно, представяне на оценката под формата на по-подробна характеристика. Тази характеристика също има недостатъци, особено ако тя се отнася за по-малки ученици, на които развитието на способностите е предстоящо. Тя може да изиграе ролята на „духовна смъртна присъда“ [1, с.361].

Според М. Герасков при оценяване изпитващият трябва да се съобразява с/със:

- обема и трудността на учебния материал, който обхваща изпитването;
- степента на умора на учениците;
- характера и психофизичните особености на изпитвания ученик.

Ученият обръща специално внимание на въвеждането на тестовите като метод на оценяване в американското образование и надеждите, които им се възлагат за изследване на общата интелигентност на учениците. В тях той вижда по-обективен метод на оценяване от съществуващите през 30-те години на ХХ век.

Воден от идеята за обективност на оценяването, М. Герасков предлага изпитване чрез комисия в случаите, когато това е възможно. То се явява начин за преодоляване на неправилните нагласи на изпитващия, някои особености на неговия характер, които пречат на обективността на оценяването. Дидактикът не спестява факта, че „повърхностни и едностранчиви учители, за да си дадат фалшива научна тежест, казват на учениците: „Шест заслужава Господ, пет заслужавам аз, а вие, учениците, най-много заслужавате четири“ [1, с.363]. Според него страхът от изпитването не води до положителни резултати в обучението. Строгий учител, който предизвиква страх в своите ученици, не може да се похвали с добър успех на класа си. Страхът влияе негативно върху мисленето, пречи на физиологичните функции на говорния апарат. Уплашеният ученик говори объркано, може да започне да заеква или въобще да не говори. Посоченото снижава качеството на неговия отговор и съответно рефлектира върху оценката [2].

М. Герасков признава, че съществува явно или скрито недоверие към учителя, когато изпитва сам. Причините могат да се търсят в неумението му да проведе изпита или в неговата морална сигурност, защото той „може да се поддаде на личните си настроения, да бъде подведен, заставен или даже подкупен да даде невярна оценка“ [1, с.363].

Обективността на изпитната комисия също не е гарантирана. Тя зависи от нейния състав, от дидактическите разбирания и моралните качества на членовете ѝ. Според М. Герасков изпитваният ученик се чувства по-комфортно, ако познава изпитващите или в комисията е включен и преподавателят, който го е обучавал. Ученият препоръчва членовете на изпит-

ната комисия добре да познават както учебния материал и неговата трудност, така и влиянието на умората и страха върху изпитвания, „общата психология на изпитването“ [1, с.365]. Компетентността на изпитващите по учебното съдържание е необходимо, но не и достатъчно условие за участие в изпитна комисия. Изисква се още и уравновесеност на характера. Примери за опорочени комисии има достатъчно. Такива са комисии, чиито членове се избират „с някакво странично намерение“ [1, с.364] или са сприхави, „склонни към духовен садизъм, изпитващи някаква долнокачествена наслада, като гледат вълнението и мъката на изпитвания, забъркан от грубото отнасяне или неметодичното водене на изпита“ [1, с.365].

ИЗВОДИ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В дидактическите си възгледи М. Герасков и П. Цонев търсят отговори на въпросите: Какво се оценява в процеса на обучение? Как оценяването се свързва с мотивацията на учене? Какви са източниците на субективизъм и кои са най-често допусканите грешки в оценяването? Те са категорични, че обект на оценяване са знанията на учениците, но предимно тяхното количество, което се свързва с особеностите на паметта им. Това стимулира зубрачеството и превръща бележката в самоцел на обучението. Съществуващата през 30-те години на ХХ век изпитна система има недостатъци и се нуждае от подобрене:

- оценките да бъдат разбираеми за всички участници в образователния процес и да не са пречка в отношенията учители-родители;
- изпитната ситуация да не създава дискомфорт и напрежение в изпитваните, страхът да се сведе до минимум;
- да не се допускат „неизбежни грешки“, „традиционни грешки“ в процеса на оценяване;
- да се използват тестове, изпитване чрез комисия, индивидуални атестационни книжки.

Във възгледите си за оценяването в училищното обучение М. Герасков и П. Цонев отделят особено внимание на личността на учителя. Той не трябва да притежава отрицателни характерологически особености като

прекалена строгост или прекалена снизходителност. Не случайно те препоръчват учителят да притежава уравновесеност на характера. Неговата компетентност по учебното съдържание не го прави веднага обективен изпитващ и оценяващ субект. Той също се учи да бъде такъв. За целта е необходимо учителят да познава източниците на субективизъм и грешки в оценяването, основните изисквания към оценките - да са обективни; да се формират на базата на критерии, с които учениците са предварително запознати; да са за конкретни, заслужаващи внимание резултати, съответстващи на образователните цели; оценките за успех да не се подменят с оценките за личностно развитие на ученика; да се разграничават учебните постижения от поведението на учениците. За да бъде обективен оценяващ, от учителя се изискват не само специфични знания и умения, но и морална устойчивост.

За пореден път се налага изводът, че всичко започва от учителя. Това не е повод за притеснение, защото той има избор. Оценяването в процеса на обучение може да го превърне в страховит образ, който дълго време плаши своите възпитаници, но може да го превърне и в мярка за компетентност, обективност и етичност.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герасков, М. Основи на дидактиката. С., 1934.
2. Герасков, М. Педагогическа психология. С., 1931.
3. Радев, Пл. Енциклопедия на науките за образованието. Пловдив, 2013.
4. Цонев, П. Дидактика. Част I. Теория и практика на обучението. С., 1943.

REFERENCES

1. Geraskov, M. Osnovi na didaktikata. S., 1934.
2. Geraskov, M. Pedagogicheska psihologiya. S., 1931.
3. Radev, Pl. Entsiklopediya na naukite za obrazovaniето. Plovdiv, 2013.
4. Tsonev, P. Didaktika. Chast I. Teoriya i praktika na obushenieto. S., 1943.

**ИЗСЛЕДВАНЕ НА РАЗВИВАЩИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ЦЕЛИТЕ НА ОБУЧЕНИЕТО
В КУЛТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛНИ ОБЛАСТИ „ОБЩЕСТВЕНИ НАУКИ И
ГРАЖДАНСКО ОБРАЗОВАНИЕ” И „ПРИРОДНИ НАУКИ И ЕКОЛОГИЯ”
В НАЧАЛЕН ЕТАП НА ОСНОВНА ОБРАЗОВАТЕЛНА СТЕПЕН**

Надежда Калоянова

**RESEARCH OF THE DEVELOPING POTENTIAL OF LEARNING OBJECTIVES IN THE
CULTURAL AND EDUCATIONAL DOMAIN “SOCIAL SCIENCES AND CIVIC
EDUCATION” AND “NATURAL SCIENCES AND ECOLOGY” IN ELEMENTARY
SCHOOL**

Nadezhda Kaloyanova

E-mail: kaloyanova_n@yahoo.com

ABSTRACT

The problem of educational objectives belongs to the methodological problems of pedagogy as a science and didactics as its main subsience. The study presents a content analysis of the learning objectives in the cultural and educational domain “Social sciences and civic education” and “Natural sciences and ecology” in elementary school. The research was done on a model that expresses the relationship between the taxonomic categories of learning objectives and levels of students’ competence. The proposed model allows learning objectives to be tested in these two important contexts, the requirement for taxonomic arrangement of the learning objectives and the requirement to comply with the competence approach in education. The research results show the need to revise educational objectives in accordance with the contemporary educational paradigm.

Key words: learning objectives, taxonomical approach, competence approach in education, contemporary educational paradigm

ВЪВЕДЕНИЕ

Проблемът за целите на образованието се отнася до методологическите проблеми на педагогиката като наука и на дидактиката като нейна основна суб-наука.

Различните автори са сравнително единодушни в мнението, че целите на образованието са основен системообразуващ компонент на педагогическата система. Още Я. А. Коменски определя като най-голям недостатък на педагогическата дейност именно неопределеността на нейните цели, защото те са стандартът, от който зависи реализирането на останалите компоненти на педагогическите процеси [4].

Образователната цел е дефинируем конструкт и представлява идеален образ, предвидим резултат от реализирането на образователния процес.

Предвид многоаспектността в проявлението на този процес, в педагогиката съществуват

много подходи за деление на различните образователни цели. По отношение на систематиката на педагогическите науки, обаче, все още нееднозначно се третира въпросът за диференцирането, макар и условно, на целите на образованието и целите на обучението. Проблемът за делението на целите респективно се отнася и до условното им разграничаване, когато те са компонент от училищните процеси на образование и обучение, обект на изучаване от дидактиката.

Според Пл. Радев, целите на училищното образование се делят на [6, с. 206]:

- най-обща цели – формулирани са в някои нормативни актове и тяхното дефиниране е елемент от функцията планиране;
- обща цели – това са цели на отделното училище, които произтичат и съдържат в контекста си най-общите цели;
- специфични цели – това са цели на овладяването на отделния учебен предмет в дадена културно-образователна област;

– конкретни цели – това са цели на дадена конкретна организационна форма на обучение.

Ако се приеме авторитетната теза, че обучението е процес [1, 2, 4], който представлява „път към образованието“ и „институционализирана организирана форма и средство на образованието“ [6, с. 143], следва да се приеме, че целите на обучението са производни интегрални съставни на целите на образованието. Те следва да се концептуализират като самостоятелен дидактически конструкт, наречен „цели на обучението“, тъй като „обучение“ е призната самостоятелна дидактическа категория така, както категорията „образование“.

В този смисъл, категорията „цели на обучението“ може да се дефинира по следния начин: Целите на обучението са идеален образ, предвидим резултат от реализирането на процеса на обучение. От постигането на целите на обучението зависи постигането на образователните цели.

В същия смисъл е уместно да се твърди, че целите на образованието се делят на най-общи и общи, а целите на обучението – на специфични и конкретни. При това отделните групи цели са йерархично и нелинейно взаимосвързани.

Към формулирането и поставянето на целите на обучението като производни и взаимосвързани с целите на образованието, се поставят идентични изисквания [1, 2, 4, 5]:

- да са измерими;
- да са времево ограничени;
- да са личностно припознати;
- да са реалистични;
- да са достижими.

Концептуализирането и обосноваването на целите на образованието и обучението в определяща степен зависи от актуалната образователна парадигма [1, 2, 4, 6].

Съвременната хуманистична образователна парадигма придава следния операционален смисъл на целите на училищното образование и обучение:

Целите на образованието трябва да са насочени към формирането у ученика на опит, който го прави самоактуализирана личност. Опитът (по терминологията на Дюи) е цялостен личностен конструкт, в който се включват всички сфери на личността: интелектуална, социална, емоционална, мотивационна, сфера на активност. Опитът се състои от набор компетентности, които влизат в специфична вза-

имовръзка помежду си и се изразява в поведението на човека в конкретна житейска ситуация.

Целите на обучението трябва да са насочени към формиране на компетентност, разбрана като интегрално свойство на личността, състоящо се от знания, умения и специфично поведение. При формирането на компетентности следва да се развиват всички сфери на личността.

Представеният теоретичен анализ е предпоставка за изследване на специфичните цели на обучението, които се съдържат в учебните програми по конкретните дисциплини, изучавани в училище, в контекста на потенциала им за развиване на учениковата личност.

ПОСТАНОВКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Исходна предпоставка при формирането на модела на изследване е разбирането за ефективността на таксономичния подход при целеполагането в обучението и образованието, както и необходимостта от неговото осъвременяване [7].

Интерпретацията на целеполагането, направена в най-популярната и използвана в българската педагогическа практика таксономия – таксономията на Блум и сътр. (1956 г.), не отговаря на съвременните тенденции. В таксономията на Блум целите се разпределят в шест основни категории: Знания, Разбиране, Приложение, Анализ, Синтез, Оценяване. Самият Блум определя създадената от него и екипа му таксономия като когнитивна. Последното означава, че тази таксономия обслужва целеполагането единствено в интелектуалната сфера.

От друга страна, създаването на таксономии, отнасящи се до целеполагането в други сфери на развитие на личността или пък на смесени такива, остана през годините единствено теоретичен опит, който допринесе за научното развитие на таксономичния подход, но така и не достигна до практиката.

В опит да представи „обобщена парадигма на таксономичните равнища“, Пл. Радев извежда осем категории цели: Знания, познания, информированост, идентификация, възпроизвеждане; Разбиране; Приложение и сръчност; Анализ, конвергентно мислене; Синтез, конвергентно мислене на по-високо равнище; Оценка, дивергентно мислене; Интеграция на знанията и уменията, решаване на

по-сложни проблеми; Инсайтни решения, творчество [6, с. 215].

В този, както и в класическия вариант на таксономията на Блум, се наблюдава смесване и нееднозначно третиране на целите като психически качества (разбиране, анализ, синтез, творчество, инсайт, решаване на проблеми), ценности (знания, разбиране, приложение, оценка), форми и продукти на човешкия опит (знания, разбиране, творчество, оценка).

Това означава, че при категоризирането на целите е уместно придържане към извода, че „... в дидактиката не могат пряко да се пренесат и предпишат строго научни модели на интерпретиране, а по-скоро може да се даде един обобщаващ абстракт, есенция от тяхното съдържание, и то пряко свързан със спецификата на ученето и преподаването и техните взаимоотношения“ [7, с. 35]. Към този извод може да се допълни, че в дидактически аспект образованието и обучението са парадигмално обусловени процеси. Техните компоненти са константна величина, но измеренията на всеки един компонент са вариативни и силно детерминирани от конкретната образователна парадигма.

В контекста на актуалната образователна парадигма към таксономизирането на целите на училищното образование и обучение следва да се подходи при отчитане на следните изходни предпоставки:

1. При целеполагането в обучението и образованието следва да се включат всички сфери на развитие на личността.

2. Целите на обучението следва да резултатират конкретни компетентности в дадена културно-образователна област, а целите на образованието – цялостния опит при приключване на определен образователен етап или степен.

Компетентностният подход в обучението поставя изискването целите на обучението да се формулират съобразно компонентите на компетентността, а именно: цели, отнасящи се до конкретни знания на ученика в дадена познавателна област; цели, отнасящи се до уменията на ученика в дадена познавателна област; цели, отнасящи се до специфичното поведение на ученика в дадена познавателна област. Ето защо, съобразно актуалната образователна парадигма, таксономията на целите на обучението/образованието може да се сведе до три операционално достъпни категории със съответстващи подкатегории:

1.Знания.

1.1. Възпроизвеждане на факти.

1.2. Дефиниране и формулиране на понятия.

2.Разбиране.

2.1.Трансфер на информация в различен контекст.

1.2. Тълкуване на факти и понятия.

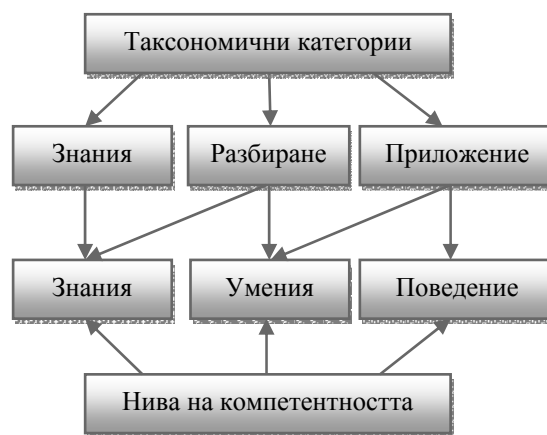
1.3. Екстраполация: прилагане, трансфер на практически умения в съседни области, които не са обект на пряко наблюдение и проучване за правене на умозакljučения.

3.Приложение

3.1.Реализиране: ползване на алгоритми, похвати, техники, методи, процедури в познат контекст.

3.2.Решаване на задачи и проблеми, отговор на въпроси с повече техники и в непознат контекст.

Този опростен йерархичен порядък в достатъчна степен удовлетворява полагането на цели за постигането на трите нива на компетентността. Последното може да се изрази в модела, показан на фигура 1, където е илюстрирана връзката между таксономичните категории и нивата на компетентността.



Фиг. 1. Връзка между таксономичните категории и нивата на компетентността

Предложеният модел дава възможност целите да се изследват в тези два значими контекста – изискването за таксономизиране на целите и изискването за съобразяване с компетентностния подход в образованието.

Целите, формулирани в таксономичната категория „Знания“, ще се интерпретират по отношение на компонента „Знания“ на компетентността.

Целите, формулирани в таксономичната категория „Разбиране“, ще се интерпретират по отношение на компонентите „Знания“ и „Умения“ на компетентността.

Целите, формулирани в таксономичната категория „Приложение“, ще се интерпретират по отношение на компонентите „Умения“ и „Специфично поведение“ на компетентността.

Ще се търси съответствие между таксономичната категория и компетентностния компонент на базата на съотносимостта на компетентностния компонент към нивото на активност на ученика (Таблица 1).

В допълнение, целите ще бъдат изследвани и относно съотносимостта им към различните сфери на развитие на ученика: интелектуална, мотивационна, емоционална, социална и сфера на активност.

Ще се анализира съдържателната формулировка съобразно общите изисквания към формулирането на целите:

- да са открити;
- да се отнасят до различни таксономични равнища;
- да са представени като твърдения, описващи очаквани резултати и търсено поведение на ученика.

МЕТОДИКА

Обект на изследване са специфичните цели на обучението в културно-образователни области „Обществени науки и гражданско образование“ и „Природни науки и екология“ в начален етап на основна образователна степен.

Предмет на изследване е потенциалът на специфичните цели на обучението по отношение на образователното развитие на ученика от начален етап на основна образователна степен.

Целта на изследването е да се установи развиващият потенциал на специфичните цели на обучението в културно-образователни области „Обществени науки и гражданско образование“ и „Природни науки и екология“ по отношение на образователното развитие на ученика от начален етап на основна образователна степен.

За целите на изследването е използван количествен и качествен контент-анализ.

На контент-анализ подлежат специфичните цели, формулирани в учебните програми по Околен свят (1 клас), Роден край (2 клас),

Човекът и обществото (3 и 4 клас) и Човекът и природата (3 и 4 клас).

Таблица 1. Съответствие между таксономичните категории и компетентностните компоненти

Такс. Комп.	Знания	Разбиране	Приложение
Знания	Възпроизвеждане на факти. Дефиниране и формулиране на понятия	Трансфер на информация в различен контекст Тълкуване на факти и понятия	
Умения		Екстраполация: прилагане, трансфер на практически умения в съседни области, които не са обект на пряко наблюдение и проучване за правене на умозаключения	Реализиране: ползване на алгоритми, похвати, техники, методи, процедури в познат контекст
Специфично поведение			Решаване на задачи и проблеми, отговор на въпроси с повече техники и в непознат контекст

РЕЗУЛТАТИ

Количественото разпределение на специфичните цели на обучението в културно-образователни области „Обществени науки и гражданско образование“ и „Природни науки и екология“ в начален етап на основна образователна степен е следното: Роден край (1 клас) – 12 цели; Околен свят (2 клас) – 26 цели; Човек и общество (3 клас) – 23 цели; Човек и природа (3 клас) – 21 цели; Човек и

общество (4 клас) – 31 цели; Човек и природа (4 клас) – 32 цели.

Спрямо отделните таксономични категории, разпределението на целите е следното:

1. В категория „Знания“ – **84 цели**, както следва: 13 в учебната програма по Роден край за 1 клас; 10 в учебната програма по Околен свят за 2 клас; 13 в учебната програма по Човекът и обществото за 3 клас; 10 в учебната програма по Човекът и природата за 3 клас; 23 в учебната програма по Човекът и обществото за 4 клас; 15 в учебната програма по Човекът и природата за 4 клас.

2. В категория „Разбиране“ – **51 цели**, както следва: 2 в учебната програма по Роден край за 1 клас; 9 в учебната програма по Околен свят за 2 клас; 10 в учебната програма по Човекът и обществото за 3 клас; 7 в учебната програма по Човекът и природата за 3 клас; 8 в учебната програма по Човекът и обществото за 4 клас; 15 в учебната програма по Човекът и природата за 4 клас.

3. В категория „Приложение“ – **10 цели**, както следва: 0 в учебната програма по Роден край за 1 клас; 4 в учебната програма по Околен свят за 2 клас; 0 в учебната програма по Човекът и обществото за 3 клас; 4 в учебната програма по Човекът и природата за 3 клас; 0 в учебната програма по Човекът и обществото за 4 клас; 2 в учебната програма по Човекът и природата за 4 клас.

От представените обобщени данни се вижда, че превес имат целите в категория „Знания“, а най-малко са тези в категория „Приложение“.

Трябва да се подчертае, че отнасянето на така формулираните цели от учебните програми към определена таксономична категория е твърде условно, тъй като целите са формулирани прекалено общо и в голямата си част са на границата между поне две категории. По същата причина, те трудно биха могли да се отнесат и към конкретна подкатегория.

На Таблица 2 е показано разпределението на целите по таксономичните подкатегории и съответствието им с нивата на компетентност (Таблица 2).

Сумарно, броят на целите по отделните подкатегории надвишава общия брой на целите в категориите „Знания“ и „Разбиране“, тъй като една цел може да бъде отнесена към повече от една подкатегория. Констатираното е основание да се твърди, че целите са некоректно формулирани.

Общият брой на целите, които могат да бъдат определени като неточни и гранични по признака съответствие към определена категория е 43, което представлява 29,65% от всички анализирани цели.

Според формулировката, преобладаващата част от тези цели са отнесени към категорията „Знания“ тъй като първата част на твърдението-цел е изразено чрез активен глагол, характерен за тази категория.

Общият брой на целите, които могат да бъдат определени като неточни и гранични по признака съответствие към определена подкатегория е 28, което представлява 16,55% от всички анализирани цели.

Както се вижда от данните, приведени в таблица 2, 142 цели са насочени към формиране у учениците на компонента „Знания“ от компетентностите в културно-образователни области „Обществени науки и гражданско образование“ и „Природни науки и екология“ в начален етап на основна образователна степен. 35 цели отговарят на компонента „Умения“ от компетентностите в същите области. Нито една цел не е насочена към т.нар. поведенчески компонент.

65% от целите не отговарят на поне едно от трите изисквания за формулиране на целите на образованието и обучението. Основната част от тях не отговарят на изискването да са открити, т.е. да дават възможност на учителя и ученика да ги конкретизират при реализирането на уроците по съответния учебен предмет и да ги припознаят като личностни цели.

Диспропорционалност и противоречивост се констатира и при определянето на целите съобразно сферите на развитие на личността

Логично, преобладават целите, засягащи интелектуалната сфера на развитие на ученика – 85% от всички цели.

32% от целите биха могли да се определят като насочени към социалната сфера на развитие на ученика.

38% от целите условно имат отношение към емоционалната сфера на развитие на ученика.

45% от целите изискват активиране на учениците по отношение на изучаваната тематика.

Най-малък е процентът на целите – 22%, третиращи мотивационната сфера на развитие на ученика.

Таблица 2. Разпределение на целите съобразно таксономичните подкатегории

Такс.	Знания	Разбиране	Приложение
Комп. Знания	Възпроизвеждане на факти <u>70</u> Дефиниране и формулиране на понятия <u>38</u>	Трансфер на информация в различен контекст <u>7</u> Тълкуване на факти и понятия <u>27</u>	
Умения		Екстраполация: прилагане, трансфер на практически умения в съседни области, които не са обект на пряко наблюдение и проучване за правене на умозаклучения <u>25</u>	Реализиране: ползване на алгоритми, похвати, техники, методи, процедури в познат контекст <u>10</u>
Специфично поведение			Решаване на задачи и проблеми, отговор на въпроси с повече техники и в непознат контекст

ИЗВОДИ И ОБОБЩЕНИЕ

Проведеното изследване е показателно за тенденциите в целеполагането в начален етап на основна образователна степен. Макар и направен само в рамките на две културно-образователни области, анализът на специфичните цели на обучението е достатъчен, за да се изведат някои съществени изводи:

1. Специфичните цели на обучението, отразени в учебните програми за начален етап, дават превес на интелектуалното формиране на личността, и то най-вече по отношение на запомнянето и възпроизвеждането на факти.

2. Специфичните цели на обучението в начален етап съдействат за резултатирането предимно на знания и умения като компонент от компетентността на учениците.

3. Специфичните цели на обучението са разписани така, че дават ограничени възможности на участниците в учебния процес да ги конкретизират, да ги припознаят в личен план и да варираат в изпълненито им.

4. При липсата на цели, провокиращи формирането на поведенческия компонент на компетентността, би могло да се твърди, че в края на подготовката си по дисциплините от културно-образователни области „Обществени науки и гражданско образование” и „Природни науки и екология”, учениците не са достатъчно компетентни и съответно опитът им на този образователен етап би бил недостатъчен и фрагментарен.

5. Така разписани, специфичните цели на обучението в културно-образователни области „Обществени науки и гражданско образование” и „Природни науки и екология” предопределят една крайна интелектуализация на учебния процес, което не съответства на актуалната образователна парадигма.

Изводите от проведеното изследване биха могли да предизвикат поне две важни обобщения.

Първото е, че целите на образованието, респ. на обучението, се нуждаят от качествена ревизия най-малко в два аспекта: по отношение на потенциала си да съдействат за развиване на всички сфери на учениковата личност и по отношение на потенциала си да резултатират компетентности, респ. опит, релевантни на изискванията на съвременното общество.

Второто е, че без преосмисляне на целите на образованието, респ. на обучението, не би могла да се очаква качествена промяна в компонентите на процеса на обучение, особено в учебното съдържание.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев, М. Процесът на обучението. София, УИ „Св. Климент Охридски”, 1996.

2. Милков, Л. Дидактика. Шумен, УИ „Неофит Рилски”, 2002.

3. Николов, П. Мисленето като цел на обучението. - *Българско списание по психология*, 3, (2007), с. 222-299

4. Петров, П. Дидактика. София, ВЕДА-СЛОВЕНА ЖГ, 1994.

5. Радев, Пл. Енциклопедия на науките за образованието. Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски”, 2013.

6. Радев, Пл. Обща училищна дидактика или събития, ситуации, обекти, субекти, конструктори и референти в училищното обучение и образование. Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски”, 2005.

7. Радев, Пл. Разбирането при ученето и неговото отражение в таксономията на Б. Блум. Когнитивно развитие и учебна дейност. Пловдив, УИ „Паисий Хилендарски”, 2003, с.31-36.

8. Учебна програма по Роден край за първи клас.

9. Учебна програма по Околен свят за втори клас.

10. Учебна програма по Човекът и обществото за трети клас.

11. Учебна програма по Човекът и природата за трети клас.

12. Учебна програма по Човекът и обществото за четвърти клас.

13. Учебна програма по Човекът и природата за четвърти клас.

REFERENCES:

1. Andreev, M. Protsesyt na obuchenieto. Sofiya, UI „Sv. Kliment Ohridski”, 1996.

2. Milkov, L. Didaktika. Shumen, UI „Neofit Rilski”, 2002.

3. Nikolov, P. Misleneto kato cel na obuchenieto. - *Bylgarsko spisanie po psihologiya*, 3, (2007), s. 222-299.

4. Petrov, P. Didaktika. Sofiya: VEDA-SLOVENA ZhZ, 1994.

5. Radev, Pl. Enciklopediya na naukite za obrazovaniето. Plovdiv, UI „Paisii Hilendarski”, 2013.

6. Radev, Pl. Obshta uchilishtna didaktika ili sybitiya, situacii, obekti, subekti, konstrukti I referenti v uchilishtnoto obuchenie I obrazovanie. Plovdiv, UI „Paisii Hilendarski”, 2005.

7. Radev, Pl. Razbيرانето pri ucheneto I negovoto otrazhenie v taksonoomiyata na B. Blum. Kognitivno razvitie I uchebna deinost. Plovdiv, UI „Paisii Hilendarski”, 2003, s.31-36.

8. Uchebna programa po Roden krai za prvi klas.

9. Uchebna programa po Okolen svyat za втори клас.

10. Uchebna programa po Chovekyt i Obstestvoto za трети клас.

11. Uchebna programa po Chovekyt i prirodata za трети клас.

12. Uchebna programa po Chovekyt i obstestvoto za четвърти клас.

13. Uchebna programa po Chovekyt i prirodata za четвърти клас.

СОЦИАЛНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИ ПРОБЛЕМИ ВЪВ ВЪЗПИТАНИЕТО НА ЕДИНСТВЕНОТО ДЕТЕ В СЕМЕЙСТВОТО

Елена Дичева

SOCIO-PEDAGOGICAL PROBLEMS IN THE UPBRINGING OF AN ONLY CHILD IN THE FAMILY

Elena Dicheva
E-mail: di4_el@abv.bg

ABSTRACT

Against the background of the demographic crisis in this country the number of families with an only child is predominant. The necessary supportive family environment with a properly constructed relationship between the parents and the child is the educational prevention that can serve to avoid errors in education. The prevention of the occurrence of such educational mistakes is the main focus of the present article, which draws the attention of specialists and professional social pedagogues to their skills to work with such families in order to prevent deviations in the development of the only child.

Key words: *only child, upbringing style, relationships in family, adopter (adoptive father or mother), foster parent, single parent (mother or father)*

ВЪВЕДЕНИЕ

Семейството е най-важният социален и възпитателен институт за детето. В него се усвояват първите норми и модели на поведение, начини за общуване, подготвя се социалната адаптация на детето за живота. Когато детето е единствено в семейството, се предполага, че има повече благоприятни условия за развитието му. Дали обаче това на практика е така, може да се разсъждава дълго. Защо в повечето семейства днес в България родителите предпочитат да имат само едно дете и полезно ли е това решение на родителите за пълноценното възпитание на детето - въпроси, над които следва да се замислим и да се опитаме на дадем адекватен отговор. Това предизвиква нашия интерес към организиране на емпирично проучване на фактите, показващи истинската страна на проблемите за възпитанието на единственото дете.

Доказан факт е рязкото спадане на раждаемостта в страната ни. Влияние за това оказват много отрицателни фактори. На първо място е социално-икономическата нестабилност в страната, следват: спад на благосъстоянието на семейството, проблемите в жилищната осигуреност, нарасналата безработица, промяната в действащите социално-кул-

турни норми, девалвацията на ценностите, промяната в националните приоритети и възможностите на образованието, проблемите в психическото и физическо здраве на съпрузите, дефицитите в отношенията между тях, честата невъзможност за помощ в отглеждането на детето от страна на роднините, ускорените темпове на професионална дейност и характерът на заетост на жените, местожителството.

Модели на семейно планиране

Процесът на постепенно преминаване от тридетен през двудетен към еднороден модел на семейството е твърде сложен и се осъществява в рамките на последните 50 години. През 1990 г. средният брой на децата в семейството е 1,73, през 1994 г. - 1,24, от 1997 г. той спада на 1,1. През 2000 г. за първи път се регистрира тенденция на слабо нарастване броя на децата в семейството - 1,27 [4]. Повечето български семейства (близо 70 %) желаят да имат две деца, но поради икономически трудности 60 % от тях не са успели да осъществят своя идеал и имат само едно дете. На фона на горепосочената демографска криза и разбирания за модела на съвременно семейство в България, преобладаването на нуклеарното-двупоколенно семейство само от

родители и деца води до ограничаване на социалното взаимодействие между поколенията, разпадането на роднинските традиции във възпитанието, ограничаване и често едностранно неправилно възпитание на детето само от младите родители без опит и възпитателна култура. Освен това затварянето на семействата предвид на редица рискови ситуации в живота на хората води и до нарушаване на процеса на социализация на детето, растящо в него. Въпросът за количеството деца в съвременното семейство има не само педагогическо, но и социално-икономическо значение. Нарушава се процесът на възпроизводство на населението. Това означава, че когато пораснат днешните деца и започнат самостоятелен живот, съотношението млади-възрастни (пенсионери) ще бъде приблизително 1:3, дори и повече. Населението ще застарява. Количеството трудоспособни граждани ще е ниско. Перспективата ще е ясна - животът ще стане сложен. Другата крайност също има свои варианти. Многодетните семейства – каквито са по-често от малцинствата, не са гарант за качествено възпроизводство на населението. По-често срещаната безработица в тях, ниската обща и педагогическа култура на родителите, често и неграмотност, отсъствието на културно-хигиенни навици за здравословен живот на децата, застрашаващите рискови ситуации, в които попадат децата от ромските семейства – проституиране, отпадане от училище, просяк, живот на улицата, не гарантират нормално и пълноценно развитие и образование на голяма част от тях. А това е допълнителен проблем за обществото като цяло. Световната статистика показва, за съжаление, и такива факти: в многодетните семейства е по-голям рискът от проблемни и трудни деца, с възпитателни и социални дефицити, деца с отклонения в поведението, противообществени прояви или зависимости.

Семейството е най-силно влияещият фактор върху пълноценното развитие, възпитание и социализация на личността. Детето получава информация за света и за себе си чрез родителите, техните взаимоотношения, познавателен опит, модели на поведение. Родителите имат най-силно влияние върху детето, защото то е най-силно зависимо емоционално, физически и социално от тях. Семейството е първичната група, в която членовете са свързани с два типа отношения: съпружески и роднински, които осигуряват на

човек емоционална стабилност, безопасност и личностно развитие. Функциите на семейството са много: репродуктивна и социализираща, регулативна, икономическа, протекционистка, статус - формираща и поддържаща, резонираща, емоционална, образователно-възпитателна, рекреативна (възстановителна), психотерапевтична. Главните обаче остават репродуктивната и социализиращата, защото репродуктивните нагласи на младото семейство към избора на количеството деца и тяхната социална ценност са определящи за бъдещото развитие на детето. Образованието на родителите, разбиранията им относно грижите за детето, неговото отглеждане и възпитание, ролята на децата в професионалното развитие на съпрузите, материално-битовите условия повлияват нагласите на младите брачни двойки да планират повече деца. За това помагат както целенасоченото възпитателно въздействие, така и стихийното влияние на семейната среда. От значение са и реализацията на няколко основни макрофункции на семейството като: удовлетворяване на социални цели, изпълняване на задачи, интеграция и солидарност, поддържане на обществени образци. [4, с. 28-31] Възприемането на мястото на детето в семейството, неговото значение в живота на възрастните, отношенията с него имат важно значение за начина на възпитание на детето и за успешното протичане на неговата социализация. В този ред на мисли правим изводите, че позицията на единственото дете в семейството неправилно се възприема и често се допускат груби възпитателни грешки от родителите. Преодоляването им е въпрос на правилно организирана превантивна дейност в семейната среда от подходящите за целта и компетентните в дейността си специалисти - на първо място социални педагози, а методиката на корекционно-възпитателната дейност с проблемните във възпитанието и социализацията деца, единствени в семейството, е въпрос на взаимно договаряне във функциите на всяка страна от участниците в този процес –родители и педагози. Именно към това е насочено наше-

Единственото дете в семейството и особеностите на възпитанието му

Защо само едно дете в семейството? Причините за избора на родителите да имат само едно дете са различни. Голяма част от тях се въздържат поради материални затруднения, други пък - добре материално осигурени,

нямат достатъчно време за детето и неговото възпитание поради непрекъснатата заетост. Например, Целуйко обобщава, че „...има доказателства, които сочат факта, че единствените деца са особени: не обичат сюжетно-ролевите игри с децата, а често играят с възрастните. Така губят възможност по достъпен за възрастта начин да придобият социален опит. Такива деца по-рано порастват, общувайки с възрастните като с равни, учат се по-рано от другите да изразяват своето мнение адекватно. Често имат завишена неадекватна самооценка. Предполага се, че единственото дете ще расте емоционално устойчиво, поради факта, че няма да има друга конкуренция в семейството.“ [10, с. 53]. В същото време единственото дете ще има проблеми в общуването с другите деца, защото родителите му проявяват свръхопека, опазват го постоянно от трудности и неприятности, предвиждат желанията му. То по-бавно ще се справя в сложни ситуации и често ще е депресирано. Постоянно ще чака внимание и благоволение от всички заобикалящи го; така, както правят роднините му. Когато тръгне на училище, ще изисква към себе си особено отношение, добри контакти с околните и поддръжка, която учителят, предвид на многобройното количество ученици, няма да може да му предоставя. Ако пък в семейството интересите на детето стоят на първо място, това ще създаде условия то да расте егоист, да не умее да се съобразява с желанията на другите около себе си. Психиката на детето често се травмира, когато родителите възлагат прекалено големи надежди на развитието му, неговото възпитание и социализация. Пропуските в неговите действия, лошите постъпки подтикат детското самочувствие, предразполагат към постоянен на тревожност, проява на неувереност по отношение на способности и реални възможности.

Специфика във възпитанието на единственото дете в семейството:

Първата особеност е, че единственото дете е емоционално устойчиво, защото не е преживявало братското съперничество и конкуренция във внимание и отношение. Втората е, че единственото дете се сблъсква с повече трудности, докато психически укрепне, защото няма от кого да се учи и на кого да подражава. Безпорно родителите, имащи единствено дете, отделят огромно внимание и грижи за него, но забравят, че причината не е, че то е единствено, а че е първото по ред дете. Нео-

питните възрастни се учат на взаимоотношения, на възпитание върху детето си. То е за тях вечният обект за експеримент, поради причината, че нямат други деца. Съществуват много проблеми в социализацията на единствените деца. Това са: нарасналото самочувствие на детето вследствие на особената оценка на способностите му и значението му за възрастните, които често създават затруднения в социалната адаптация към детската градина или училището; единственото дете става център в семейството и се превръща в малък деспот, настояващ за постоянно удовлетворяване на желанията и претенциите в личностно признаване като единствен и най-значим в сравнение с околните. Единственото дете е постоянният обект на възпитание в семейството, обект на грижи, помощ, удовлетворяват се всички негови потребности. Така не се учи на обич и грижа за по-малките, на отстъпки и компромиси, на въздържание, лишения в името на другите. Позицията на „превъзходство над другите“ пречи да установи нормални контакти в детското общество, принудително търси подкрепа и признание, използва агресия за постигане на целите във взаимоотношенията, пренебрегва социалните норми и проявява девиантно поведение. Постоянната зависимост на детето от възрастните не е изградила модели на взаимоотношения с връстниците, затова и нарушава нормите на съжителството, съвместната игра и дейност. Егоцентризмът го поставя в статус „пренебрегнат“ или „отхвърлен“ от групата. С това започват и по-задълбочените проблеми в социализацията му. Губи реална представа за собствените си възможности, надценява претенциите си, нарушава нормите в групата, психологическият дискомфорт се превръща в постоянна „трудност“ в поведението, възпитанието и проблем за социалната реализация на личността на детето. Ранното порастване се изразява под формата на постоянен скептицизъм, съмнение в другите, желание за високомерни оценки и изказвания по повод на действията на връстниците. Не познава промените в поведението и настроението на децата, не умее адекватно да отреагира на реакциите на другите. Действа неправилно в различни житейски ситуации, често имитирайки и подражавайки на поведението на родителя от същия пол.

Статус „единствен син“: Той е любим за двамата родители. Расте самоуверен. Не е способен да дели вниманието и грижите на

родителите с другите роднини. Често се усамотява, не обича да му пречат в заниманията. Такива хора не са приспособени към равенство във взаимоотношенията, не правят компромиси и отстъпки.

Единственият син има висока мотивация за постигане на успехи в дейностите. Изисква постоянно признание и преклонение пред талантите си. Търсенето на условия за удовлетворяване на постоянно растящите желания нарастват прогресивно и създават често конфликти, ако другите не отреагират според очакванията.

Статус „единствена дъщеря“

Единствената дъщеря е свръхзащитена и очаква такова отношение винаги от околните. Връзката баща - дъщеря е много силна. Впоследствие образът на бащата е образец за мъжко поведение и отношение, който се пренася и върху бъдещия партньор на дъщерята. Оценката на бащата за външното обаяние на момичето още в ранните години става еталон за мъжка оценка на поведението, фактор за самоуважение. В по-късни години от живота на дъщерята, привикнала в семейството си на постоянно възхищение, получавайки критични оценки и отношение на неодобрение на поведението, неадекватно отреагира и избира средствата за отмъщение. Във взаимоотношенията с момчетата, дъщеря та е едновременно и много вдетинена и достатъчно разсъдлива като възрастен.

Отношението на бащата и майката към единствения син или дъщеря: Бащите повече контролират синовете си. Проявяват строгост, правят забележки, отправят постоянни препоръки към поведението им. Степента на близост между баща и син нараства с възрастта на детето - повече разговори, съвместни занимания, планове за дейност. С дъщерите бащите се държат по-снизходително и нежно. Когато дъщерите порастват, намалява психологическата зависимост от бащата. Майките, за разлика от бащите, се държат еднакво с единствения си син или дъщеря. Единствен проблем се поражда в периода на подрастване, когато дъщерята се променя и става конкурент на майката във външна привлекателност, обаяние и модел на поведение, с което привлича околните. [10, с. 55]. Възпитаването на единствена дъщеря или син е по-сложно от възпитаването на няколко деца. Често грижите на родителите превишават позволената и полезна за развитието на детето норма. Любовта им е невротна, даже някога и хистерич-

на. Осъзнато или не, единственото дете се възпитава в модела „образцово дете“. Всяко негово движение се следи, наблюдава се поведението му, оценят се приятелите му, предпазват го от грешки, постоянна грижа и опека съпътства живота му. [6, с. 38-40].

Изследването на проблемите в семейното възпитание по принцип се осъществява с помощта на разнообразни методи, използвани в педагогическите, социално-психологическите и социологическите изследвания. Експерименталната работа в семейството също е твърде своеобразна [7, с.103-104]. Типизирането се осъществява в аспекта на изследвания проблем. В процеса на семейното възпитание на единственото дете преобладава стихийност вместо целенасоченост; не се дооценя самостоятелната му практическа дейност; бедно е общуването; не се познават възрастовите и закономерни потребности на детето. Като типичен недостатък в личността, поведението и отношението на родителите, може да се отбележи недостатъчната емоционална култура на родителите, ранното раждане на детето без психологическа и социална зрялост на майката, причината за избор на родителите да имат дете и др. Както обърнахме внимание в началото, еднородните семейства преобладават в днешно време. По мнението на специалистите, в тях по-често се наблюдава култ към детето. Затова всички грешки на родителите оставят дълбока следа в личностното развитие и формиране [9, с. 47-48). По-долу ще посочим само някои от пропуските и грешките на родителите във възпитанието на единственото дете: често родителите не позволяват на децата си да реализират самостоятелно намеренията си и прехвърлят недостатъците в характера от себе си върху детето; проявяват хиперопека в желанието да възприемат детето като уникално в развитието. В семействата с единствено дете почти не е възможно да се установят ясни граници на позволено и непозволено; някои родители не отказват нищо на децата си и не контролират техните неправилни постъпки; забавя се процесът на подрастване на детето, защото възрастният изземва повечето отговорности; единственото дете от раждането си е обкръжено само от възрастни и при постъпване в детска градина или училище има проблеми със социалната адаптация в обществото на връстниците. Повечето съвременни родители са уверени, че приятелството с детето е най-добрият вариант на взаимоотношения. Така децата приемат за

нормално такъв стил на общуване възрастните и го пренасят и извън семейството. Настъпването на ранното психологическо съзряване за единственото дете е във вреда за развитието и социализацията. Участвайки в живота на възрастните, такова дете отрано се учи да анализира постъпките на другите. Ранното психическо съзряване поражда морална и психическа натовареност, което е вредно за развитието. Последниците са: изтощаване на нервната система, отклонения във формирането на личността, в по-късни периоди и характеропатии. Когато единственото дете живее в непълно семейство (най-често с майката), причина за това може да е самотно майчинство със свое родено дете или осиновено, родител след развод, разделено семейство, семейство с приемно дете, вдовец със свое или осиновено дете. Грешките на родителите или родителите по отношението на възпитанието на единственото дете са приблизително сходни по характер. Всички грижи са насочени към детето, преобладават егоистични взаимоотношения, ролята възрастни и дете се разменят и объркват. Ако момичето се превръща в най-добрата приятелка за майка си, момчето предвид на получаваната прекомерна нежност от майката, безсъзнателно се превръща в нейния забранен любовник. И това е в резултат на естествената логика на развитие на взаимоотношенията им: колкото по-силен е недостигът на любов за майката, толкова по-страстни ще бъдат взаимоотношенията ѝ със сина. По мнението на А.Скавитина, „в такова семейство момчето от раждането си е „женено“ за своята майка. При момичетата ще възникват проблеми от друг характер: когато напълно се идентифицират с образа на своята майка и се превръщат в огледало на желанията ѝ. Често в пубертетна възраст дъщерята става най-голямата съперница на майка си и открито конфликтна с нея” [1, с.160-161]. А. Венгер доказва, че с нарастването на възрастта, детето от еднородителско семейство, ще избира два модела на поведение: или яростно ще се защитава, или постоянно ще се грижи за останалите и ще бъде като „бронезилетка”.

Изводите ни за възпитанието на детето в семейството с единствен родител са [3, с.31-38]:

- преобладаване на хиперопека във възпитанието и пораждаване на детски страхове;
- единствените деца възприемат тревожността на родителите си. Растат несамостоятел-

ни и зависими от поведението и отношението на възрастния. В пубертетна възраст правят опити да се откъснат от зависимост и често имат девиации в поведението.

- преобладава егоцентризмът. Детоцентризмът в еднородителските семейства е почти задължително явление. У детето се формира потребителско отношение към всички хора, роднините на единственото дете са длъжни да удовлетворяват постоянно желанията и потребностите му.

Емпирично изследване на особеностите на възпитание на единственото дете в семейството:

Цел: да се проучат особеностите на възпитание на единственото дете в семейството и анализират причините за допусканите грешки от родителите.

Обект: деца, единствени в семейства от различни типове.

Предмет: възпитателните стилове в семейството и типовете взаимоотношения на единственото дете с родителите.

Хипотеза: Ако в семейството се възпитава единствено дете, то преобладаващият тип възпитание и характерът на взаимоотношенията в повечето случаи са деформирани, неправилно използвани и носят вреда за личността на детето.

Задачи:

1. Изучаване особеностите на възпитателните въздействия в семейството и връзката им с типа семейна ситуация.

2. Разкриване на стиловете на взаимоотношения и възпитание на единственото дете в семейства от различен тип.

3. Анализ на получените данни от констатиращото проучване на възможностите на семейството за възпитаване на единственото дете.

Теоретичното значение на изследването е свързано с подробното анализиране на възможните варианти на допускани грешки от родителите по отношение на възпитанието на детето. Резултатите ще позволят: да се обогатят знанията и потенциала на родителите при възпитаване на единствено дете в семейството; да се запознаят с основните фактори, които дават възможност за позитивно възпитаване на единственото дете и преодоляване на синдрома „единствен в семейството”; да се насочат родителите да използват силните страни на детето, които стават база за преодоляване на проблемите във възпитанието и социализацията. Практическото значение е

свързано с: използването на изводите и препоръките за работа с родители, педагози за целите на обогатяване на педагогическата практика, теорията на възпитанието, социалното взаимодействие с деца, единствени в семейства от различен тип, с родители с понижен възпитателен потенциал, включени в рискови групи.

Методи на емпиричното изследване :

ВРО –Въпросник за родителското отношение към децата на А.Варга и В.Столин;

АСВ - Анализ на семейно възпитание по Е.Ейдемилер и В.Юстицкис.

Критерии и показатели на изследването:

Първи критерий: тип семейна структура и варианти на деструктиране

Показатели: биологични родители с дете; осиновители с едно дете; приемни родители с единствено дете; самотна майка с извънбрано дете; самотна майка с осиновено дете; баща-вдовец с родно дете; майка-вдовица с родно дете; разведена майка с осиновено дете; разведена майка с родно дете.

Втори критерий: Тип нарушени взаимоотношения между детето и родителя(лите).

Показатели: отхвърляне, симбиоза, хиперсоциализация, инфантилизъм.

Трети критерий: тип неадекватно семейно възпитание.

Показатели: социална хиперпротекция, доминираща хиперпротекция, хипопротекция, емоционално отхвърляне, жестокост, повишена морална отговорност.

Четвърти критерий: причини за неадекватно семейно възпитание.

Показатели: (РРЧ) - разширяване на родителски чувства; (ПК) - пренос на конфликти от родителя върху детето; (ПДК) – предпочитане на детски качества; (ВН) - възпитателна неувереност; (ФЗ) - фобия от загуба на детето; (НРЧ) - недоразвитост на родителските чувства; (ПЖК) - предпочитане на женски качества у детето; (ПМК) - предпочитане на мъжки качества у детето; (ПНК) - пренос на нежелани родителски качества от родителя на детето.

Емпиричното изследване беше проведено във 11 СОУ „Константин Константинов” в гр. Сливен с 32 деца от първи, втори, трети и четвърти клас. Възрастта на децата е от 7 - 11 години. От тях общото количество единствени в семейството деца е: 17 момичета - 53 %, и 15 момчета - 47%

Анализът по първи критерий: тип семейна структура и варианти на деструктиране, пока-

за следното: От общо изследвани 32 семейства, в които се възпитават горепосочените деца, съставът на семействата е следният: 8 семейства с двама биологични родители и дете - 25 %; 2 семейства с двама родители-осиновители и дете - 6,2 %; 2 семейства с двама приемни родители и дете - 6,2 %; 4 самотни майки с извънбрачно родено дете - 12,5%; 4 самотни майки с осиновено дете - 12,5%; 1 майка-вдовица с родно дете - 3,1%; 1 баща-вдовец с родно дете – 3,1 %; 4 разведени майки с осиновени деца - 12,5 %; 6 разведени майки с родно дете - 18,75 %.

Наблюденията ни показаха, че единствените деца растат в разнородни по състав семейства. Най-често това са деструктивни семейства, еднородителски, по различни причини - смърт на единия родител, извънбрачно раждане на дете, развод на родителите, осиновяване от самотен родител или приемна грижа. Техният статус в семейството е определен от факта дали родителят има подкрепа на втори родител до себе си, или сам възпитава детето. До голяма степен има значение и фактът дали детето е родно дете, осиновено или приемно.

Анализ по втори критерий: Тип нарушени взаимоотношения между детето и родителя (лите). Резултатите от проведената методика „Въпросник за родителско отношение към детето” (ВРО) на А.Варга и В.Столин показа следното: Преобладаващи са проблемите във взаимоотношенията между родителите и детето. Причините за това са различни за всяко семейство поотделно. По-долу проследяваме типовете нарушени взаимоотношения в семействата, като се опитваме да обясним вариантите на избор от страна на родителите на типа отношение и го свържем със особеностите на семейната ситуация.

В семействата с двама биологични родители с единствено дете: От 8 семейства - в 2 от тях (25%) се наблюдава инфантилно отношение към детето, в 4(50%) - хиперсоциализация, в 2 (25%) - симбиоза. Характерът на взаимоотношенията в тези семейства до голяма степен зависи от личността на родителите и тяхното възпитание в детството. Например, има родители, които също като деца са били единствени в семейството си и техните родители са прилагали същите стилове на поведение спрямо тях. В семействата с родители-осиновители с единствено дете причините за неадекватното отношение към детето са други: От общото количество 2 семейства: в 1 от

семействата (50%) се проявява симбиоза с детето, в другото - инфантилизъм. Опитваме се да обясним тяхното отношение с факта, че желанието да имат дете е толкова голямо, че въпросът за правилното му възпитание и отношение към него остава на заден план. Често прилаганите подходи са ситуативно подбрани, родителите имат разногласия в единството на позицията спрямо детето. Радостта от факта, че са родители, остава водеща и определяща. Симбиозата - срастването на майката с детето, не позволява реално да се разграничат истинските възможности на детето да действа самостоятелно. Обратните реакции - на предпазване от трудности и нежеланието на родителите да обременяват детето си с трудности, за да не пострада, го правят социално незряло и неспособно да се адаптира към промените в средата. Обяснението ни е следното: тайната за осиновяването на детето и страхът да не се отчужди от родителите в момента на откриване на истината за произхода си подтиква осиновителите към хаотични действия с идея за предпазване на детето от отрицателните влияния на недоброжелателите.

В семействата с приемно дете - в общо 2 на брой, проблемите в отношенията на родителя към детето са от същия характер, както в семействата с осиновени деца. В 1 семейство (50%) се проявява симбиоза, а в 1 (50%) – инфантилизъм. Тук обаче причините за неправилното отношение към детето са други: адаптацията в приемното семейство е съпътствана от много трудности. В желанието родителите да подкрепят детето за преодоляването им, често приемат снизходително отношение, обвързват го към себе си и му внушават, че без тях ще пропадне. Така то става зависимо от тях. Социалната активност на приемните деца понякога се ограничава и от страха на родителя да не отнемат правата им като родители и да ги лишат от детеотглеждането, в което те се вживяват и което приемат за ползотворно за благо на децата в риск.

В семействата от самотни майки с извънбрачно дете се наблюдават други взаимоотношения. От общото количество 4 – в 1 (25%) от тях има проява на симбиоза, а в другите 3 (75%) - хиперсоциализация. Причините за това отношение са ранната подготовка на детето да приема трудностите в съществуването си, да може да преодолява отрицателното

външно мнение по повод на произхода си и отсъствието на втори родител в семейството.

В семействата със самотна майка с осиновено дете отношението към детето е малко по-различно. От общо 4 семейства - в 2 от тях (50%) се наблюдава хиперопека, в 2 (50%) - симбиоза. Причините за привързването на детето към майката по-горе посочихме. По-различна е причината за избора на хиперопека на осиновеното дете. Отговорността за отглеждането на детето, което не е родно, е особено значима за такава майка, защото желанието е да се доказва.

Отношенията между майката-вдовица с дете и баща-вдовец с единствено дете е напълно противоположно. От общо 2 семейства: в 1 (50%) бащата проявява хиперопека, а в другото майката проявява симбиоза. Тук полът на родителя и детето са определящи в отношението към детето. В нашия случай - детето с бащата беше момче, а детето с майката – момиче.

В семействата с разведена майка и осиновено единствено дете - от общото количество 4 – вариантите на взаимоотношения с детето са също четири. В 25% се наблюдава симбиоза, в 25% - инфантилизъм, в 25% - хиперсоциализация, и в 25% - отхвърляне. В 3 случая (75%) поведението на разведения родител към единственото дете и неправилното възприемане на детето е еднакъв с по-горе описаните случаи и причини. Следва да се обясни само фактът с отхвърлянето на детето от разведената майка. Скоро след осиновяването на детето, бащата е напуснал семейството и има свое родено дете от друга жена, което е повод за развода. Майката прехвърля гнева си по отношение на бившия си съпруг към детето, което е осиновено.

В семействата с разведена майка и родно дете: от общо 6 семейства - в 3 случая (50%) е симбиоза, в 2 (33%) - хиперопека, в 1 (17%) - инфантилно отношение към детето.

Анализ на резултатите по методика АСВ – анализ на семейното възпитание и типове неадекватно семейно възпитание, изразено чрез социална хиперпротекция, доминираща хиперпротекция, хипопротекция, емоционално отхвърляне, жестокост, повишена морална отговорност - показва следното: Сложността и многообразието на избора на неправилни възпитателни стилове на поведение спрямо детето се обуславят от 9 типа грешки на родителите, които в зависимост от семейната

ситуация, статуса на детето и родителя имат своите логични обяснения.

В семействата от биологични родители с единствено дете - от общо 8 - 4 или 50% от родителите използват доминираща хиперпротекция, 2 (25%) - хипопротекция, 2 (25%) - снизходителна хиперпротекция. Грешките, които допускат родителите от тези семейства във възпитанието на единственото дете, са: разширяване на родителските чувства, възпитателна неувереност, пренасяне на нежелани качества от родителя на детето, пренасяне на конфликти от родителите към децата.

В семействата от осиновители с единствено дете: от общо 2 семейства - в 50% се наблюдава снизходителна хиперпротекция, а в 50% - хипопротекция. Причините за това се крият в родителските грешки: различни вариации от пренасяне на конфликти от родителите към детето, възпитателна неувереност, разширяване на родителските чувства към недоразвитост на родителските чувства, предпочитане на женски или мъжки качества у детето.

В семействата от приемни родители с единствено дете: възпитателните методи са същите като в по-горната група. В 1 от семействата преобладава снизходителна хиперпротекция, в 1 (50%) - хипопротекция. Родителските грешки са: възпитателна неувереност, фобия от загуба на детето, недоразвитост на родителските чувства, пренасяне на нежелани качества от родителя

В семействата от самотна майка и извънбрачно родено дете – от общо 4 семейства: в 1(25%) има доминираща хиперпротекция, в 1(25%) - хипопротекция, в 2 (50%) - снизходителна хипопротекция. Грешките, които допускат самотните майки, са: фобия от загуба на детето, възпитателна неувереност, недоразвитост на родителските чувства, пренасяне на нежелани качества от родителя на детето.

В семействата на самотна майка с осиновено дете положението е почти същото: от общо 4 - в 2(50%) се проявява доминираща хиперпротекция, в 2(50%) - хипопротекция. Причините за това са: отново фобия от загуба на детето, недоразвитост на родителските чувства, предпочитане на женски или мъжки качества в детето.

В семейството на майка-вдовица с родно дете и баща-вдовец с родно дете също семейното възпитание има свои особености и дефицити: в 1(50%) от общо 2 семейства ба-

щите проявяват към детето си снизходителна хиперпротекция, а майките - в 1(50%) – хипопротекция. Грешките, които допускат, са: фобия от загуба, предпочитане на мъжки качества или женски в детето, независимо че в нашия случай бащата отглеждаше момиченце, а майката – момче. Родителите пренасяха качествата от починалия родител на детето си.

Разведените майки с осиновено дете също не бяха предпазени от допускането на грешки във възпитанието: от общо 4 - в 1(25%) проявяваха снизходителна хиперпротекция, в 2(50%) - доминираща хиперпротекция, в 1 – (25%) проявяваха жестокост. Грешките, които допускаха, бяха: фобия от загуба, възпитателна неувереност, пренасяне на нежелани качества от родителя на детето, предпочитане на женски качества у момчето и мъжки качества у момичето.

И накрая, в семействата на разведени майки с родно дете типове възпитателни грешки бяха: от общо 6 майки – 3 (50%) използваха снизходителна хиперпротекция, а 3 (50%) – хипопротекция. Грешките, които допускаха спрямо децата си, бяха: разширяване на родителските чувства, фобия от загуба, пренасяне на нежелани качества от родителя към детето.

Изводи: Проведеното емпирично изследване показва редица особености във възпитанието на единствените деца в семейството. Богатото разнообразие от неправилни възпитателни подходи спрямо детето до голяма степен се определя все още от позицията на родителя в семейството, неговия пол, предпочитанията към определени модели на поведение и норми, които зависят от житейските ситуации, които трябва да преодоляват; помощта, която си оказват един на друг, избора на решение да вземат и отгледат дете. Да бъдеш единствено дете, и то в различно по структура семейство - пълно или непълно, с двама родители - биологични или осиновители и приемни; само с майка или само с баща, това е предизвикателство за самото дете. Експерименталните данни показаха, че в повечето случаи родителите вземат произволно решения по избора на възпитателни подходи. Всичките 32 - 100% от семействата - имаха проблеми във взаимодействието с детето и неговото възпитание, породени от допускането на грешки поради придържането към неправилни ориентири във взаимодействието. Амплитудите на отклоненията в поведението на родителите, неправилно избраните начи-

ни за възпитателно въздействие върху детето, високата честота на допусканите грешки от всички родители, взели участие в проучването, потвърдиха поставената предварително хипотеза, че ако в семейството се възпитава единствено дете, то преобладаващият тип възпитание и взаимоотношенията в повечето случаи са деформирани, неправилно използвани и носят вреда за социалната адаптация на детето. А вероятността от използване на вариантите от хипо- до хиперопека, от симбиоза до жестокост и отхвърляне спрямо единственото дете в семейството ще породят дефицити и отклонения в поведението му, ще задържат личностното му развитие. Своевременното преодоляване на възпитателните грешки на родителите, отглеждащи единствено дете в семейството, ще гарантира израстването и подготовката на пълноценно младо поколение, без недостатъци и дефицити, с качествено образование, възпитание и социализация. Това ще гарантира за в бъдеще, независимо от демографската криза, попълването на качествен ресурс, създаващ благоприятни възможности за промяна, развитие и усъвършенстване на средата, в която живеем.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Анзорг, Л. Дети и семейный конфликт. М., Просвещение, 2007.
2. Гиппенрейтер, Ю. Общаться с ребенком. Как? М., 2007.
3. Дичева, Е. Семейна педагогика, Б., 2004.
4. НСИ. Статистически справочник. С., 2006.
5. Калейдоскоп родительских собраний. - *Методические разработки. Вып.1.* М., ТЦ Сфера, 2003.
6. Матейчек, З. Родители и дети. М., ТЦ Сфера, 2002.
7. Райгородский, Д. Родители и дети. Учеб. пос. Самара, Бахрах-М, 2003.
8. Приоритети и политики за благосъстоянието на децата. С., ГорексПрес, 2000.
9. Флейк-Хобсон, К. и др. Развитие ребенка и его отношений с окружающими. М., ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
10. Целуйко, В. Единственный ребенок в семье и особенности воспитания и трудности взросления. - *Семейная психология и семейная терапия*, 2011, № 1, с. 49-58.
11. <http://www.az-jenata.bg/a/12-semeystvo/14107-balgarskoto-semeystvo-samo-s-edno-dete/>

ПРЕВЕНЦИЯТА НА ЗАВИСИМОСТИ КАТО СОЦИАЛНО-ПЕДАГОГИЧЕСКА ДЕЙНОСТ

Мария Дишкова

ADDICTION PREVENTION AS SOCIO-PEDAGOGICAL ACTIVITY

Maria Dishkova

E-mail: msshtereva@gmail.com

ABSTRACT

Addiction prevention is a huge challenge for a number of specialists due to the large supply and great temptations available today. The present article deals with addiction, its various forms and prevention. It discusses different aspects of the problem: the varieties of addiction (drugs, alcohol, tobacco, Internet, eating, TV and many others that are a fact nowadays); the professionals who work with addicted people and their families; prevention and preventive activities. Some factors leading to addiction are analysed as well and some basic concepts are defined (such as addiction, prevention, socio-pedagogical activity). It is important to bear in mind that the social pedagogue is among the professionals who work adequately in this area, because he or she is trained to communicate with children and people with different problems, their parents, families and relatives, individuals, groups and the community as a whole. It is also important how the students trained to become social pedagogues are prepared to work in the area of addiction prevention.

Key words: addiction, prevention, social pedagogue, drug addiction, alcohol addiction, preventive activities, professional abilities, protective factors

ВЪВЕДЕНИЕ

Нашият век се характеризира с особена динамичност, разнообразие и стоково изобилие. Пазарната икономика предоставя на човека възможността да изпълнява главната роля на консуматор. Той е в центъра на един кръг от фундаментално предлагане, в това число: разнообразни стоки, храни, дрехи, козметика, играчки, техника, средства за почивка, развлечения и забавление. Достъпът е неограничен. Опасностите са неизвестни. Рекламните материали са навсякъде около нас, но потребителят не бива предупреждаван за евентуалните негативни последици от употребата на това, което му се рекламира.

Паралелно с това, обаче, се наблюдава една тенденция на социално отчуждаване, на глад за разбиране, емоционална подкрепа и емпатия. Човекът се отчуждава от човека. Обществото губи своята единност в смисъла на груповия принцип, защото на мода са индивидуалностите и индивидуалистите. Това кара човека да търси алтернативни форми на близост или начини да преодолее самотата и изолацията,

което автоматично го прави потенциална жертва на зависимости.

В научната теория съществуват редица определения за зависимост. Зависимостта е „състояние на личността, което се обуславя, повлиява и контролира от нещо. Зависимостта може да бъде психическа и физическа“ [3]. В частност „зависимостта към психоактивни вещества се характеризира с психични и/или физиологични симптоми, предизвикани от употребата на дадено вещество. Тялото и психиката привикват към него. Веществото става необходимо за функционирането на организма и при неговата липса се изпитва силен дискомфорт (абстиненция)“ [7]. Зависимостта към наркотици означава „честа употреба на веществото (поне един път дневно)“. Основна част „от поведението на индивида е фокусирана върху употребата, придобиването (намирането) на веществото, говорене за веществото, както и притежание на вещи и принадлежности, свързани с употребата на веществото“ [11].

Могат да се разграничат четири основни етапа в развитието на зависимостта. Не са

малко хората, които само експериментират и прекратяват употребата още на първия или втория етап. Не всички, които експериментират, задължително стигат до последните два етапа. Те не успяват да си създадат проблеми в семейството, училището, приятелския кръг, работата, както и не застрашават психическото и физическото си здраве. Реално, човек може да прекрати употребата на всеки един от посочените четири етапа, стига да е достатъчно мотивиран и подкрепен от околните [7].

Първият етап се нарича *експериментиране* и обикновено се случва в компания. Често младите хора са любопитни: какво е наркотикът; как въздейства; какво ще се случи, ако опитам? Младежкото любопитство и натискът на групата са основните фактори в тази фаза. На този етап все още не може да става въпрос за проблеми в семейната, училищната или професионалната среда; няма сериозни вреди върху здравето и финансовото положение. След като задоволят любопитството си, младежите могат да спрат до тук или да преминат към втория етап [7].

Втори е етапът на *активното търсене*, когато индивидът вече познава въздействието на наркотиците и тяхната употреба става част от живота му. Създава се среда от хора, които употребяват наркотици. Индивидът усеща най-вече положителните ефекти при употребата на наркотици. За пръв път е налице влияние върху здравето, финансовото положение, работата, учението, междуличностните отношения. Наблюдават се признаци за преминаване в следващата фаза, които се изразяват чрез смяната на приятелската среда и занемаряването на семейните, училищните и професионалните задължения [7].

Следва третият етап, който е етапът на *опасната, редовна употреба*, наричана още злоупотреба. Приемането на психоактивни вещества вече се случва по начин, който се отразява неблагоприятно не само на здравето, но и на цялостното социално функциониране на личността. Не са единични случаите, в които младите хора употребяват наркотици, точно за да се справят с житейските проблеми. Рязко спада интересът на личността към сфери, които до скоро са били важни и интересни за нея (спорт, хобита, приятели). Започват конфликти със членовете на семейството и други близки хора. Освен това, под влияние на съответното вещество, индивидът попада в рискови ситуации, в резултат от които могат да настъпят нежелани последици (бременност, кръвно-

преносими инфекции, полово-предавани болести, пътни произшествия). На този етап е възможно да се спира употребата на наркотични вещества, но обикновено това е за кратък период от време, след което употребата се подновява при първия случай, който подтиква към това [7].

Последният, четвърти етап е фазата на *зависимостта*. Това е крайната степен на злоупотреба, когато наркотикът е приоритет в живота на личността и е с предимство пред другите му ежедневни активности. Вече не може да се говори за удоволствие от приема на съответното вещество, а по-скоро за избавяне от неразположението и симптомите на абстиненция. Физическите, психическите и социалните функции са сериозни нарушени, а приятелският кръг включва основно други употребяващи. Силно се занижават шансовете за оставане в училище и запазване на работата. В допълнение, започват и проблемите със закона. „Употребата на наркотици обикновено въвлеча младежите в действия, за които се носи наказателна отговорност“. Нормативната база урежда обществените отношения, свързани с контрола върху наркотичните вещества и прекурсорите според изискванията на международните договори, по които Република България е страна. Създават се областни съвети по наркотични вещества, чието задължение е да откриват превантивни информационни центрове, които осъществяват превантивни дейности и програми, събиращи, съхраняващи и анализиращи необходимата информация [1, 2, 7, 8]. Съгласно законовата уредба, „Министерството на здравеопазването, Министерството на образованието и науката, Министерството на труда и социалната политика, Министерството на отбраната, Министерството на младежта и спорта и Държавната агенция за закрила на детето в съответствие със своята компетентност осигуряват, разработват и изпълняват програми за намаляване търсенето на наркотични вещества, които съответно включват: превенция на употребата на наркотични вещества, лечение и психосоциална рехабилитация на лица, злоупотребяващи или зависими от наркотични вещества, и намаляване на вредите от употребата на наркотични вещества. На лицата, които са зависими или злоупотребяват с наркотични вещества, се осигурява достъп до програми за лечение, психосоциална рехабилитация и намаляване на вредите от употребата на нар-

котични вещества. Програмите се изпълняват на национално и местно равнище... Всеки български гражданин има право на лечение и психосоциална рехабилитация при зависимост или злоупотреба с наркотични вещества“ [1].

Политиките по превенция на зависимости трябва да надскочат добре познатия модел, предполагащ определен кръг от хора, които добронамерено, но изолирано импровизират в правенето на превенция. Вече е доказано, че в превенцията има смисъл, ако:

- е базирана на конкретната ситуация;
- използва работещи механизми;
- е систематична;
- се прави от специалисти със съответните умения и компетентности;
- промотира безопасния и здравословен начин на живот;
- достига до деца, младежи, семейства, общности [13].

На базата на множество проведени научни изследвания са изведени някои основни принципи на превенцията на употребата на психоактивни вещества. Тези принципи могат да се използват от професионалисти, родители, екипи, когато се: подпомага разбирането на необходимостта от превенция в тази сфера; планират, изработват и реализират превантивни програми; разпространяват превантивните програми сред общността [11]:

1. Превантивната програма подпомага предпазващите фактори и намалява и/или премахва рисковите фактори. Взаимовръзката между различни рискови фактори (девиации в поведението) и протективни фактори (подкрепата на околните) влияе пряко върху вероятността индивидът да започне да употребява наркотици. Факт е, че силата на въздействие на тези фактори се променя с възрастта. Например, в по-ранна възраст върху детето влияят по-силно рисковите фактори в семейството. На по-късен възрастов етап (юношество) по-голяма роля играят връстниците, употребяващи наркотици. По отношение на рисковите фактори, ранната интервенция обикновено е с по-голяма успеваемост – ако с детето се работи още докато демонстрира агресивно поведение или лош самоконтрол, ефективността ще е по-висока спрямо късната интервенция за корекционно-възпитателна дейност по отношение на цялостното му поведение. Рисковите и протективните фактори влияят на всеки. Степента на влияние варира в зависимост от някои основни характеристики като пол, възраст, темперамент, възпитание, културно равнище,

етническа принадлежност, религия, обкръжаваща среда [11, 13].

2. Превантивната програма е насочена към всички форми на употреба на наркотични вещества. Наркотичните вещества могат да се употребяват както самостоятелно, така и в комбинация. Това означава, че е необходимо да се обърне внимание не само на употребата на нелегални наркотици, но и на: употребата на алкохол и тютюн в по-ранна възраст; злоупотребата с инхаланти; злоупотребата с медикаменти по предписание [11, 13].

3. Превантивната програма е насочена към конкретния проблем. Не бива да се минимализира акцентът върху променящите се в процеса на работа рискови и протективни фактори (да се работи за прогресивно намаляване броя на първите и увеличаване на вторите) [11, 13].

4. Превантивната програма е разработена така, че да е съобразена с индивидуалните и възрастовите особености на целевата група. В това число попадат и е важно да бъдат съблюдавани особености като пол, етническа принадлежност, религия, характеристики на възрастовия период [11, 13].

5. Ако превантивната програма е насочена към семейството, тя спомага сплътеността между неговите членове и техните взаимоотношения. Сплътеността на семейството, която е в основата на взаимоотношенията между дете и родител, може да се усили чрез обучение на родителите в умения за подкрепяне на децата и включването им в решаването на конкретния проблем. Обученията може да включват придобиване на умения за родителстване, практики за развитие, дискусии, получаване на информация и познания за наркотиците. Родителският контрол е особено важен за превенцията на употребата на наркотици. В това отношение родителите също могат да бъдат подпомогнати в развитието на конкретни умения за наблюдение и контрол: тренинг за определяне на правила; усвояване на техники за наблюдение и контрол; награждаване за добро поведение; моделиране на определена дисциплина; създаване, утвърждаване, спазване на определени правила в семейството. Така придобитата от страна на родителите информация за употребата на наркотици, дава възможност за семейни дискусии по темата, които помагат на детето да научи повече за вредата и опасностите от подобна зависи-

мост. Освен това, родителите коригират своето лично поведение и отношение спрямо детето така, че да минимизират вероятността да се превърнат в рисков фактор и да го подтикнат към употребата на наркотични вещества [11, 13].

6. Според целта, превантивната програма се планира така, че да обхваща рисковите фактори от възможно най-ранна детска възраст. Такива рискови фактори могат да бъдат прояви на агресия, проблеми с ученето и дисциплината, нарушения в социалната адаптация, слаби социални умения, поведенчески девиации [11, 13]. В педагогическата теория съществуват различни възгледи за училищната агресия. Според Е. Петкова, „детската агресия е проява на здравословния инстинкт на детето да сигнализира за своето несъгласие да минимизира човешките си потребности... Натискът да бъдат минимизирани потребностите на личността е възникнал и се упражнява от страна на управлението (държавата), а родителите (поданици в българското не-гражданско общество) само безропотно са го „транслирали“ в семейната общност. Детето неосъзнато, но логично връща натиска в достъпната му обществена (държавна образователна) институция – училището“ [5].

7. В превантивните програми за деца в начален училищен етап се залагат цели, които да неутрализират вероятността от появата на рискови фактори като ранна агресия, неуспехи в ученето, отпадане от училище. С децата трябва да се извършва социално-педагогическа работа във връзка с техния самоконтрол, емоции, умения за общуване, решаване на конфликти [11, 13].

8. Превантивните програми, предназначени за деца в по-горните класове, задълбочават подготовката им във връзка с усвояването на поведенчески и комуникативни умения. Паралелно с уменията, придобити в по-ранна възраст, при по-големите ученици трябва да се акцентира върху уменията за самоконтрол и личния избор да не употребяват наркотици [11, 13]. Не е нужно да се налагат конкретни ценности или категорични забрани за употребата на наркотици. Много по-важно е ученикът да бъде подпомогнат в разбирането на зависимостта и повишаването на личната самооценка. Придобитите знания за състава и влиянието на различните наркотични вещества (информацията се поднася поетапно, в зависимост от особеностите на възприемането и усвояването ѝ) сами по себе си „не изграждат

антинаркотическа устойчивост и здравна култура“. Работата на специалиста е да подпомогне ученика във взимането на лично решение, че няма да употребява наркотици [12].

9. Ако превантивната програма е насочена към общността, тя може да постигне ефект и сред високорисковите семейства и деца. Това се случва, когато не е работено с детето индивидуално, но то стане обект на подобна програма в средното училище. Подобни интервенции не само стигат до рисковите популации, но и правят промоция на взаимодействието между училище и общност [11, 13].

10. Превантивната програма, която има за обект повече от една целева група, е с по-голяма ефективност. Ако е изработена така, че да работи едновременно с децата и техните семейства, вероятността от високи резултати е гарантирана [11, 13].

11. Превантивната програма в общността е по-ефективна, когато отправя точни и широкодостъпни послания. Целесъобразно е програмата да достига до популацията на различни места (училища, клубове, медии) [11, 13].

12. Превантивната програма се базира на основните елементи на научнообоснованата интервенция. Тези основни елементи включват структура, съдържание и разпространение [11, 13].

13. Превантивната програма е винаги дългосрочна. Повтарящите се интервенции са с доказано по-висок резултат от еднократната интервенция [11, 13].

14. Превантивната програма включва тренинги на всички специалисти, които ще работят с деца по посока превенцията на зависимости. Реализирането на превенция изисква предварителна подготовка, както всяко друго социално-педагогическо умение [11, 13].

15. Използването на интерактивни методи прави превантивната програма по-адекватна и широкодостъпна. Групите за дискусии и ролевите игри, например, дават възможност на участниците да проявят активност в научаването на проблемите [11, 13].

16. Икономически ефективна е превантивната програма, която се базира на научни изследвания. „Проведените проучвания показват, че от всеки един долар, похарчен за превенция, се спестяват десет до-

лара от лечение на алкохолна или наркотична зависимост“ [11, 13].

Следва да се проследи подготовката на студента – бъдещ социален педагог по посока на превенцията на зависимости. Тук трябва да се обърне внимание на мнението на Е. Петкова, че „негативната реакция на студентите към учебни дисциплини, практически дейности и дори към целеви групи в специалности като „Социална педагогика“ са естествено явление в процеса на обучение. Това е трудната, но необходима обратна връзка, чрез която получаваме възможност да развиваме специалностите и да синхронизираме обучението в съответствие с непредвидимата динамика на личностното развитие на младите хора и на динамиката на социума“ [6].

ИЗСЛЕДВАНЕ

Целта на проведеното проучване е да се докаже, че **за оптималната реализация на студентите – бъдещи социални педагози, тяхната теоретична и практическа подготовка по посока превенцията на зависимости е задължително условие.**

Хипотеза на изследването е, че **ако със студента от специалност „Социална педагогика“ се работи повече във връзка с намаляване на предразсъдъците спрямо зависимите хора, той ще бъде по-ефикасен професионалист в областта на превенцията на зависимости.**

По време на провеждане на проучването бяха изпълнени следните задачи:

- провеждане на експериментални игри със студентите от специалност „Социална педагогика“, чиято обща насоченост е социално-педагогическата дейност с лица със зависимости, като игрите се ръководят от специалисти, обучени за такава работа;
- изследване мнението на студентите чрез стратегически игри, съдържащи различни твърдения, които студентът трябва да подкрепи или отрече;
- проучване на мнението на социалните работници в различни специализирани институции, реализиращи дейности в конкретната област;
- проследяване на дейността на различни неправителствени организации, които работят с лица със зависимости, както и в областта на превенцията и лечението на различни видове зависимости;

- осигуряване на теоретична подготовка на студентите по разглеждания проблем за превенцията на зависимости.

Изследователският инструментариум се състои от:

- анкетни листи с твърдения – „да“, „понякога“ и „не“ (за по-качествено онагледяване в статията са цитирани само някои от твърденията, включени в анкетните листове) и интервюта със студенти и социални работници от неправителствени организации със сфера на дейност превенция и подпомагане на лица със зависимости;
- наблюдение на поведението на студентите в процеса на академично-практическата подготовка.

В проведеното пилотно изследване се проучват нагласите на:

- 30 студенти от специалност „Социална педагогика“;
- практикуващи социални работници с опит в сферата на превенцията на зависимости.

Предстои реализирането на изследване с по-големи мащаби от типа „преди“ и „сега“. Това означава, че нагласите на студентите ще бъдат анализирани отново по същите показатели и критерии веднага след курса на обучение, за да се отчете наличието или отсъствието на промяна в техния професионализъм в разглежданата област.

В тази статия се анализират единствено резултатите, получени от пилотното изследване – „преди“.

РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

В процеса на университетското си образование студентите от специалност „Социална педагогика“ изучават няколко дисциплини, свързани със зависимостта като феномен, както и с превантивната дейност като цяло. Те се подготвят и на теория, и на практика да правят превенция в тази област. Тревожен е фактът, че въпреки това студентите са с предразсъдъци към лицата със зависимости и анализираното в тази статия изследване е доказателство за това.

Следва таблично изображение на някои от резултатите, получени от проведеното пилотно проучване (виж табл. 1).

Таблица 1. Резултати от проведеното пилотно проучване

Твърдение	Отговор		
	Да	Понякога	Не
Зависимите хора са заплаха за обществото.	27 – 90%	3 – 10%	0%
Обществото носи отговорност за хората със зависимости.	3 – 10%	4 – 13%	23 – 77%
Зависимостта винаги е свързана с употребата на наркотични вещества.	21 – 70%	5 – 17%	4 – 13%
Зависимостта е преодолима.	1 – 3%	8 – 27%	21 – 70%
Зависимостта е проява на слабост.	30 – 100%	0%	0%
Зависимостта е личен избор.	30 – 100%	0%	0%
Възможно е да се помогне на човек със зависимост.	3 – 10%	3 – 10%	24 – 80%
Зависимият човек се нуждае от подкрепа.	0%	0%	30 – 100%
Близките и семейството на зависимия човек имат нужда от подкрепа.	30 – 100%	0%	0%

От анкетния лист са цитирани само твърденията с най-подчертан потенциал да потвърдят хипотезата на изследването. Резултатите са достатъчно красноречиви сами по себе си. Всички студенти споделят, че познават поне един зависим човек и най-често това е техен връстник (бивш съученик, приятел, познат, съсед, приятел на приятел, съсед на приятел или познат на приятел). Общото мнение е, че човекът със зависимост „сам се е довел до това положение, сам си е виновен, не става за нищо и не заслужава помощ, време, средства и внимание“. Студентът не асоциира зависимостта с нещо по-различно от употребата на наркотици

(въпреки че е активен пушач, студентът не смята, че е зависим, и не проявява никаква толерантност към наркозависимия). Студентът не си представя, че ще работи с тази целева група. Далеч по-склонен е да помага на близките и семействата на хора с подобни проблеми.

За разлика от подчертано негативното си отношение към групата на хората със зависимости, изследваните студенти от специалност „Социална педагогика“ са склонни да правят превенция и до известна степен възприемат превенцията като надеждна стратегия за справяне с проблема за зависимостта (виж табл. 2).

Таблица 2. Резултати от проведеното пилотно проучване

Твърдение	Отговор		
	Да	Понякога	Не
Превенцията на зависимости е необходима.	30 – 100%	0%	0%
Превенцията на зависимости ще е ефективна ако започне от най-ранна детска възраст.	30 – 100%	0%	0%
Превенцията на зависимости трябва да се реализира от подготвени специалисти.	21 – 70%	5 – 17%	4 – 13%
Превантивната програма има пълния потенциал да предпази индивида от зависимост.	0%	3 – 10%	27 – 90%
Превенцията в училище е на много високо ниво.	0%	1 – 3%	29 – 97%
Обект на превантивна програма трябва да бъдат само лица в риск.	0%	0%	30 – 100%

Ефикасната превантивна програма трябва да е на ниво обществено	30 – 100%	0%	0%
Аз смятам, че агресивната превенция е много по-резултатна от пасивната.	3 – 10%	24 – 80%	3 – 10%
Използването на интерактивни методи е по-удачно, особено сред децата и младежите.	30 – 100%	0%	0%
Обществени те нагласи могат да пречат на превенцията.	6 – 20%	24 – 80%	0%
Всеки може да прави превенция.	0%	0%	30 – 100%
Аз искам да правя превенция.	30 – 100%	0%	0%
Аз мога и знам как да правя превенция.	1-3%	0%	29 - 97%

От табл. 2 става ясно, че студентите са много по-позитивно настроени по отношение на превантивната дейност. С други думи, те вярват много повече в превенцията, отколкото в терапията, която следва вече появилата се зависимост.

ИЗВОДИ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

На база резултатите, получени от пилотното изследване могат да се направят няколко основни изводи и заключения:

1. Студентите от специалност „Социална педагогика“ демонстрират предразсъдъци по отношение на хората със зависимости. Трудно проявяват емпатия и разбиране. В този смисъл, трябва да се работи по посока на тяхната подготовка с подобна целева група като група, която се нуждае от социално-педагогическа интервенция, разбиране и толерантност точно

толкова, колкото всяка друга целева група.

2. Студентите не признават другите видове зависимост, някои от които проявяват дори самите те. В този смисъл е необходимо да се формират у тях по-широки възгледи за зависимостта като явление.

3. Студентите – бъдещи социални педагози са на мнение, че зависимостта е един порочен кръг, от който зависимият не може да излезе, независимо от оказаната му помощ. Те смятат, че е по-целесъобразно да се подкрепят близките и семействата на зависимите, отколкото самите зависими.

4. Студентите имат общо понятие за превенцията като социално-педагогическа дейност. Много от тях, доскоро ученици, помнят презентациите, които са им правени в училище и споделят, че са абсолютно „безсмислени“. Нещо повече, ако човек е решил да стане зависим, то тези презентации няма да го спрат.

5. Студентите вярват в превантивната дейности и смятат, че могат да повишат нейната ефикасност, но все още не знаят как.

В заключение може да се добави, че направеното пилотно изследване потвърди хипотезата, заложена в теоретичния модел. Разбира се, професионалната реализация е личен избор на всеки студент. Той има право да се насочи към желаната от него област след завършване на висшето си образование. Но студентът, който получава диплома за социален педагог, независимо от областта, в която ще работи след това, трябва да е придобил умения да работи с всяка целева група – обект на социално-педагогическа интервенция.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон за контрол върху наркотичните вещества и прекурсорите, обн. ДВ, бр. 30 от 2 април 1999 г., посл. изм. ДВ, бр. 53 от 27 юни 2014г.

2. Наредба №1 от 18.04.2008 г. за контрол на прекурсорите на наркотични вещества, обн. ДВ, бр. 45 от 13 май 2008г.

3. Наркомании – злоупотреба с психоактивни вещества. Българо-Английски-Руски терминологичен речник за превантивна дейност. СУ „Св. Климент Охридски“. София, 2002.

4. Наръчник за организации, работещи в общността за услуги по туберкулоза сред хора, които употребяват инжекционно нар-

котици. Национален институт за развитие на здравето, Естония, 2014.

5. Петкова, Е. Агресията в училище като следствие от потискането на потребностите у родители и учители. - *Академично списание „Управление и образование“*, У-т „Проф. д-р Асен Златаров“. 2012, том VIII. с. 39-43.

6. Петкова, Е. Вътрешно-университетските проекти като възможност за усъвършенстване на обучението в специалност „Социална педагогика“.- Сборник с научни статии „Педагогическата среда в университета като пространство за професионално-личностно развитие на бъдещия специалист“. Експрес, 2011, втора книга, том първи, с. 313-317.

7. Помагало по превенция на употребата на наркотици, предназначено за социални работници от Отделите за Закрила на детето. Познаватият и непознат тинейджър. Държавна агенция за закрита на детето. Българска асоциация по арт-терапия. София, 2008.

8. Правилник за организацията и дейността на Националния съвет по наркотичните вещества, обн. ДВ, бр. 8 от 26 януари 2001г., посл. изм. ДВ, бр. 31 от 15 април 2011г.

9. Сманцер, А. П. и Е. М. Рангелова. Превантивна педагогика. Габрово, 2011.

10. Справочник за структури, предлагащи лечение на зависимости от наркотични вещества, изд. от Сдружение „Доза обич“, Бургас.

11. Танковски, Й. и к-в. Разговор за дроги ръководство за обучаващи. Български младежки червен кръст, 2004.

12. Шивачева, В. Изучаването на наркотичните вещества от учениците. Сборник с научни статии „Превантивна и корекционна педагогическа дейност за преодоляване на употребата и злоупотребата с наркотични вещества“. София, 2001, с. 245-254.

13. World Drug Report, United Nations Office on Drugs and Crime in Vienna, United Nations, New York, 2015.

REFERENCES

1. Закон за контрол varhu наркотичните вещества i прекурсорите, обн. ДВ, бр. 30 от 2 April 1999г., посл. изм. ДВ, бр. 53 от 27 Juni 2014г.

2. Naredba 1 от 18.04.2008г. за контрол на прекурсорите на наркотични вещества, обн. ДВ, бр. 45 от 13 May 2008г.

3. Narkomanii – zloupotreba s psihoaktivni veshtestva. Balgaro-Anglijski-Ruski terminologichen rechnik za prevantivna dejnost. SU „Sv. Kliment Ohridski“. Sofia, 2002g.

4. Narachnik za organizacii, raboteshti v obshtnostta za uslugi po tuberkuloza sred hora, koito upotrebyavat inzhekcionno narkotici. Nacionalen institut za razvitie na zdraveto, Estoniya, 2014g.

5. Petkova, E. Agresiyata v uchilishte като sledstvie ot potiskaneto na potrebnotite u roditeli i uchiteli. - Akademichno spisanie „Upravlenie i obrazovanie“. Universitet „Prof. d-r Asen Zlatarov“. 2012g., том VIII. str. 39-43.

6. Petkova, E. Vatrešno-universitetskite проекти като vazmozhnost za usavarshenstvane na obuchenieto v specialnost „Socialna pedagogika“. Sbornik s nauchni statii „Pedagogicheskata sreda v universiteta като prostranstvo za profesionalno-lichnostno razvitie na badeshtiya specialist“. Ekspres. 2011g., втора книга, том parvi, s. 313-317.

5. Pomagalo po prevenciya na upotrebata на narkotici, prednaznachenо за socialni rabotnici ot Otdelite za Zakrila на deteto. Poznatiyat i nepoznat tinejdzhar. Darzhavna agencia за zakrila на deteto. Balgarska asociacia по artterapia. Sofia, 2008g.

6. Pravilnik за organizaciyata i dejnostta на Nacionalnia savet по narkotichnite veshtestva, обн. ДВ, бр. 8 от 26 Januari 2001г., посл. изм. ДВ, бр. 31 от 15 April 2011г.

7. Smancer, A. P. i E. M. Rangelova. Prevantivna pedagogika. Gabrovo, 2011g.

8. Spravochnik за структури, predlagashti lechenie на zavisimosti от narkotichni veshtestva, изд. от Sdruzhenie „Doza obich“, Bургас.

9. Tankovski, J. i k-v. Razgovor за drogi – rakovodstvo за obuchavashti. Balgarski mladezhki cherven krast, 2004g.

10. Shivacheva, V. Izuchavaneto на narkotichnite veshtestva от uchenicite. Sbornik s nauchni statii „Prevantivna i korekcionna pedagogicheska dejnost за preodolyavane на upotrebata i zloupotrebata с narkotichni veshtestva“. Sofia, 2001g., str. 245-254.

11. World Drug Report, United Nations Office on Drugs and Crime in Vienna, United Nations, New York, 2015.

ДА СЕ ЧЕТЕ НА ДЕТЕТО ОТ НАЙ-РАННА ВЪЗРАСТ КАТО ЗАДЪЛЖИТЕЛНО
УСЛОВИЕ ЗА УСПЕШНО СЕМЕЙНО ВЪЗПИТАНИЕ

Мария Дишкова

READING TO CHILDREN FROM INFANCY AS A PREREQUISITE FOR SUCCESSFUL
FAMILY EDUCATION

Maria Dishkova

E-mail: msshtereva@gmail.com

ABSTRACT

Reading to children at home sounds a little old-fashioned. Why should parents read books to their children when there are so many other possibilities to explore the world? There are interactive toys, a great number of TV channels and Internet sites for children's education. Mum and daddy are so busy lately. And children are so active. There is no time. There is no atmosphere. And there is no point. Is it like this? Actually, reading at home is such a natural thing that parents don't realize the necessity of it as part of family education. But it is really important to read to our children at home and the present article offers evidence for this thesis. Some results from research on this topic are mentioned to support the parents who find the time to read to their children and make busy parents embrace this idea too.

Key words: family education, reading to children at home, child's development, parent-child relationship, growing a reader

ВЪВЕДЕНИЕ

Да седнем като родители и да почетем книга на детето у дома – дали това звучи ретро, отживелица? Или изглежда безсмислено на родителите на най-малките, които още сякаш „нищо не разбират“? Или е абсолютно невъзможно да се случва всеки ден при това забързано ежедневие? И кой чете книги днес, във време, в което информацията се разпространява със скоростта на светлината?

Какво изисква четенето на детски книжки у дома? Вероятно няколко условия, които са дефицитни стоки за съвременния родител:

- свободно време;
- търпение;
- желание;
- създаване на подходяща (спокойна) обстановка;
- малко артистицизъм.

Какво се изисква от детето, за да бъде то възнаградено от родителя с прочитането на приказка? Също има някои условия, чието спазване е близко до невъзможното:

- послушно дете;

- дете, което седи мирно, докато трае приказката;
- дете, което не задава въпроси, докато родителят чете;
- дете, което да не се разсейва със странични занимания;
- дете, което не яде книгата;
- дете, което веднага след като чуе приказката, може да я възпроизведе под формата на разказ – тогава родителят разбира, че в четенето има смисъл.

Единственото, което се предлага в изобилие на пазара, са детските книжки и издания. Те са все по-шарени и по-атраaktivни. Обхващат различни теми от съвременния свят и определено предлагат повече възможности за стимулиране на детската активност под формата на игра. Детските книжки днес са по-интересни и по-занимателни. Дори приказките от нашето детство са преиздадени по начин, който грабва детето, било то дори само заради лъскавата или блестящата корица. В допълнение може да се каже, че при наличното разнообразие детските книжки не са особено скъпи. Разбира се, има сериозни

изключения, но много детски издания са абсолютно по джоба на средностатистическия български родител. Оказва се обаче, че именно изобилието обърква родителя и той често не може да прецени коя книжка да купи и да прочете на детето си.

Факт е, че родителите рядко купуват детски книжки на децата си, особено когато те са в по-ранна възраст, т. е. извън училищната възраст, в която четенето вече добива някаква задължителност. Обикновено книгата е добър подарък за празник, поднесен от роднини или приятели на семейството. Добър подарък е, защото изглежда атрактивно и има добра цена за това. Подаряващият рядко се вглежда в съдържанието на детската книжка. Още по-рядко той се замисля дали тя е подходяща за възрастта на детето, особено след като издателят е написал на предната корица препоръчителната възраст на потенциалния читател. Купувачът на детска книжка обикновено избира по цената и външния вид на продукта.

Всъщност четенето у дома е толкова естествено действие, което се извършва съвместно от родител и дете, че родителят не се замисля колко е полезно за цялостното развитие и възпитание на детето. От друга страна, това действие толкова естествено отпадна от ежедневните домашни задължения на съвременния, вечно зает родител, че той рядко се замисля колко много детето губи от това. Детето е в центъра на кръг от източници на всякаква информация и интерактивни играчки. Предлагат се плюшени играчки, които възпроизвеждат любими детски приказки. Продават се аудио-книги. Редица детски сайтове имат опции за слушане на приказки. Детските телевизионни канали са денонощни. Създават се 3D книги, а детските филмчета са във формати, които карат анимационните герои да оживяват. Прокарват се идеи, че в детските истории има твърде много смърт и насилие, които влияят негативно на формирането на детските представи за живота, хората и света. С други думи, налице са много основателни причини съвременният, често „изнервен“, родител да не чете на детето си у дома.

Детството е началото на живота, когато приказките и представите на детето за околния свят са дълбоко свързани. Четенето на приказки и отглеждането на детето вървят ръка за ръка като нещо абсолютно естествено. Четенето на детски книжки у дома дава възможност и на родителя, и на детето да направят пауза от напрегнатото ежедневие и да прекарват извест-

но време заедно. Ако родителят отправи някаква покана към детето и демонстрира ентузиазъм, детето много трудно ще устои на изкушението [3]. Следователно има контрапункт на твърдението на много родители, че децата не желаят да им се четат книжки у дома, защото им става скучно, досадно и безинтересно. Малко повече ентузиазъм от страна на родителя би довел до положителен резултат в това отношение.

Детството е времето на силни емоции и книгите предлагат място, на което те да се проявят. Ако книгата е отегчителна за детето, тя лесно може да бъде сменена [3]. Изборът на детска е книжка е също толкова важен за детето, колкото и самото четене. Възрастният трябва да знае, че неговите интереси са различни от интересите на детето, затова не може да очаква харесаната от него книга да се хареса и на детето. Желателно е да се подбират книжки на най-различни теми: от класическите детски приказки до най-съвременните истории и енциклопедични факти. Външният вид на книгата и форматът на текста също са от голямо значение. Помалките деца избират книгата по корицата. Някои от по-големите деца - също. Важно е и съдържанието на книгата. Основна част от забавлението по време на прочит на книгата е детето да може да се идентифицира с някой герой от нея. За детето също е много интересно да му се чете книга за любим негов телевизионен герой. По този начин гледането на телевизия може да се направи полезно, като се съчетае с четенето на книга за същия герой [6]. Към тези предписания за избор на подходяща книга може да се добави достъпността на информацията в нея. Това, разбира се, трябва да е съобразено с индивидуалните и възрастовите особености на детето. Не помалко важно е, освен достъпна, информацията да е интересна за детето.

Е. Петкова смята, че връзката дете-родител е по-пълноценна, когато родителят е способен да погледне света през очите на детето си. Това важи и за възприемането на изкуството: „детската душа е отворена към всичко, което е красиво, което буди възхищение... А ние, днешните родители, много видели, много знаещи? Ще предадем ли на нашите деца обич и преклонение към света на прекрасното, или ще оставим след себе си майки и бащи, които след време искрено ще се учудват на тревогата, с която сме търсили... милост за Пепеляшка“ [1]?

За родителите, чиито деца проявяват нетърпение, когато им се четат книги, има няколко идеи за да се повиши интереса им:

- направете книгите част от семейния живот (наличието на книги у дома помага на детето да свикне с тях като част от домашния интериор и едновременно с това дава възможност да се чете по всяко време, например: детето си играе, вижда книга и проявява желание мама да му я прочете сега);
- заведете детето в книжарницата или във вашата библиотека (присъединявайки детето към вашите действия, то ще почувства значимостта на заемането на книги от библиотеката; ако му направите карта за библиотеката, това задължително ще повиши интереса му, защото, от една страна, ще се почувства като възрастен, а от друга страна правото на избор ще придаде допълнителен смисъл и екзотичност на начинанието);
- изберете книгата според интересите на детето (не го подценявайте);
- всяка книга е хубава (в зависимост от възрастта, нагласите и настроението на детето);
- настанете се удобно (физическото удобство е задължително условие за психологически комфорт и за създаването на хубави спомени у детето за времето, прекарано с вас като родител);
- задавайте въпроси на детето и отговаряйте на неговите въпроси (особено при помалките деца, диалогът по време на четене е по-атрактивен от монотонното четене);
- четете винаги, когато имате възможност за това (тук важи максимата, че апетитът идва с яденето; не отказвайте на детето с оправданието, че сте прекалено заети, защото ще дойде време, когато то ще бъде прекалено заето, за да прекарва времето си с вас);
- четете отново и отново (при децата не е, както при възрастните; една и съща книга може да се чете многократно, а не да се прибере, след като е прочетена веднъж, особено ако това е любимата книжка на детето);
- приказките за „лека нощ“ са задължителни (те дават възможност да прекарате безценно време с детето си и да направите края на деня вълшебен, както и да създадете навици у детето за лягане, което затруднява голям брой от родителите на по-

малки деца);

- някои деца предпочитат мерената реч (особено по-малките харесват повече приказките в рими или детските стихотворения);
- струва ви се, че детето иска да му се чете все една и съща книга (не го стопирайте, а му дайте възможност да изрази и усътои предпочитанията си) [2].

Когато родителят чете на детето си у дома, това е ранна възпитателна интервенция, която дава положителни резултати през целия живот на детето [4, 5]. Много родители подценяват значението на тази интервенция. Други родители четат приказки на децата си, защото предполагат, че така трябва, и помнят как на самите тях им е било четено в детската възраст. Има няколко аспекти, в които четенето на детето постига забележително високи резултати и в този смисъл не може да бъде заменено от друга възпитателна дейност:

- ✓ *задълбочава връзката между родител и дете;*
- ✓ *подчертава семейния уют;*
- ✓ *дава на детето базисни говорни умения;*
- ✓ *превръща детето в потенциален бъдещ четец;*
- ✓ *подобрява уменията за общуване на детето;*
- ✓ *обогаत्या речниковия запас на детето;*
- ✓ *развива логическото мислене;*
- ✓ *дава възможност за нови преживявания;*
- ✓ *подобрява дисциплината, вниманието и концентрацията;*
- ✓ *увеличава знанията на детето по един атрактивен начин;*
- ✓ *кара детето да се чувства значимо;*
- ✓ *детето е обект на родителското внимание;*
- ✓ *обогаत्या фантазията на детето;*
- ✓ *дава на детето базисни понятия за „добро“ и „зло“;*
- ✓ *подготвя детето за училище [2, 3, 4, 5, 6].*

Така направеното изложение за значимостта на домашното четене за семейното възпитание на детето провокира планирането и реализирането на изследване. Първоначално изследването беше замислено като предназначено само за майки в качеството им на потенциални четци (четенето на детето е по-характерно за женския пол). В про-

цеса на проучване обаче стана ясно, че отговорите на бащите също могат да бъдат много показателни. По тази причина и те бяха включени в анкетното проучване.

ИЗСЛЕДВАНЕ

Цел на проведеното проучване е да се потърси отговорност у съвременния български родител по отношение на това дали намира време да чете на детето си у дома, или не.

Хипотеза на изследването е, че **адекватно семейно възпитание изисква от родителя да чете детски книжки на детето си от най-ранна възраст и това не е само добро пожелание, а задължително условие за ефективни резултати.** Когато детето стане ученик, родителят има възможността да обвинява училището за евентуалните му неуспехи. Но във възрастта, в която детето се отглежда в семейна обстановка, родителят няма с кого да сподели отговорността за възпитанието на детето. С други думи, ако детето използва в речта си предимно фрази, научени от детските филмчета, това означава, че на него му се пуска повече телевизия, отколкото му се четат книги, нали?

По време на провеждане на изследването бяха изпълнени следните задачи:

- проучване мнението на родителите;
- запознаване на родителите с основните позитиви на домашното четене;
- анализ на редица теоретични източници по разглеждания проблем;
- проучване на актуалността на проблема.

Изследователският инструментариум се състои от:

- анкетни карти;
- устни интервюта с родители.

В проведеното изследване чрез анкета се проучи мнението на 120 родители на деца, от които 60 жени и 60 мъже.

Следва анализ на резултатите, получени от проведеното изследване.

РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОВЕДЕНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

В текущия анализ на получените резултати ще бъдат визирани само няколко от въпросите в проведената анкета. Това са тези въпроси, върху които е поставен акцент като най-показателни съобразно целта, хипотезата и задачите на проучването.

Табличното представяне на отговорите на

родителите е замислено, за да се постигне по-голяма визуална яснота.

Интерес представляват получените резултати, според които и двата пола родители отговарят почти сходно. Много са малко разликите и те проличават най-вече в споменатите причини за не-четене у дома (бащите споделят, че по-често нямат време, не могат да си преправят гласа според героя и трудно изтърпяват всички въпроси на детето).

Анкетата се състои от 30 въпроса, 5 от които съдържат обща информация (пол, възраст, семейно положение, професия, брой, пол и възраст на отглежданите деца).

За улеснение на анкетираните родители всички въпроси са затворени и са дадени две опции за отговор: „да“ и „не“. Резултатите са посочени в две отделни таблици. В табл. 1 анкетираните лица са разделени по пол, а в табл. 2 отговорите са сумирани. Голяма част от направените изводи се базират на допълнителните резултати, получени от проведените устни интервюта с родителите.

Таблица 1. Резултати според пола на анкетираните лица

Въпрос	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
Въпрос: „Смятате ли, че на детето трябва да се чете“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	60 – 100%	0 – 0%	60 – 100%	0 – 0%
Въпрос: „Смятате ли, че на детето трябва да се чете още от бебешка възраст“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	36 – 60%	24 – 40%	18 – 30%	42 – 70%
Въпрос: „Четете ли книжки на детето си у дома“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	41 – 68%	19 – 32%	14 – 23%	46 – 77%
Въпрос: „Ежедневно ли четете на Вашето дете“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	13 – 22%	47 – 78%	0 – 0%	60 – 100%

Въпрос: „Подбирате ли съдържанието на детската книжка“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	10 – 17%	50 – 83%	0 – 0%	60 – 100%
Въпрос: „Смятате ли, че детето Ви трябва да познава класическите детски приказки“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	39 – 65%	21 – 35%	57 – 95%	3 – 5%
Въпрос: „Харесвате ли съвременните детски книжки“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	29 – 48%	31 – 52%	28 – 47%	32 – 53%
Въпрос: „Механично ли четете на детето“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	49 – 82%	11 – 18%	57 – 95%	3 – 5%
Въпрос: „Замисляте ли се над прочетеното“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	11 – 18%	49 – 82%	3 – 5%	57 – 95%
Въпрос: „Обяснявате ли на детето прочетеното“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	27 – 45%	33 – 55%	4 – 7%	56 – 93%
Въпрос: „Коментирате ли с детето прочетеното“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	25 – 42%	35 – 58%	4 – 7%	56 – 93%
Въпрос: „Забелязвате ли някакви резултати от четенето с Вашето дете“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	13 – 22%	47 – 78%	48 – 80%	12 – 20%
Въпрос: „Купувате ли книги на детето си“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не

вор	13 – 22%	47 – 78%	0 – 0%	60 – 100%
Въпрос: „Подбирате ли съдържанието на книгата, която купувате“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	13 – 22%	47 – 78%	0 – 0%	60 – 100%
Въпрос: „По корицата ли избирате книгата, която купувате“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	47 – 78%	13 – 22%	0 – 0%	60 – 100%
Въпрос: „Подарявате ли книги на други деца“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	45 – 75%	15 – 25%	0 – 0%	60 – 100%
Въпрос: „Слуша ли Вашето дете, когато му четете книга“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	32 – 53%	28 – 47%	14 – 23%	46 – 77%
Въпрос: „Вашето дете предпочита ли да гледа телевизия“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	47 – 78%	13 – 22%	60 – 100%	0 – 0%
Въпрос: „Смятате ли, че четенето на детски приказки е досадно занимание“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	6 – 10%	54 – 90%	46 – 77%	14 – 23%
Въпрос: „Имате ли свободно време да четете книжки на детето си“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	13 – 22%	47 – 78%	0 – 0%	60 – 100%
Въпрос: „Иска ли Вашето дете да му четете“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	13 – 22%	47 – 78%	14 – 23%	46 – 77%
Въпрос: „Случвало ли се е Вашето дете да прояви желание, а Вие да откажете да му прочетете приказка“?				

Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	60 – 100%	0 – 0%	60 – 100%	0 – 0%
Въпрос: „Има ли детето Ви любим приказен герой“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	40 – 67%	20 – 33%	15 – 25%	45 – 75%
Въпрос: „Притесняват ли Ви детските приказки, в които се говори за смърт“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	49 – 82%	11 – 18%	1 – 2%	59 – 98%
Въпрос: „Гушкате ли детето, докато му четете“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	41 – 68%	19 – 32%	14 – 23%	46 – 77%
Въпрос: „Вие четете ли книги“?				
Отговор	Жени		Мъже	
	Да	Не	Да	Не
	13 – 22%	47 – 78%	3 – 5%	57 – 95%

От така посочените резултати става ясно, че мненията на анкетираните родители са доста противоречиви, но малко от тях влагат в четенето у дома този възпитателен смисъл, който е двойно подчертан в педагогическата наука.

Таблица 2. Сумирани резултати от проведеното изследване

Въпрос	Жени и мъже	
	Да	Не
Смятате ли, че на детето трябва да се чете?	120 – 100%	0 – 0%
Смятате ли, че на детето трябва да се чете още от бебешка възраст?	54 – 45%	66 – 55%
Четете ли книжки на детето си у дома?	55 – 46%	65 – 54%
Ежедневно ли четете на Вашето дете?	13 – 11%	107 – 89%
Подбирате ли съдържанието на детската книжка?	10 – 8%	110 – 92%
Смятате ли, че детето Ви трябва да познава	96 – 80%	24 – 20%

класическите детски приказки?		
Харесват ли съвременните детски книжки?	57 – 48%	63 – 52%
Механично ли четете на детето?	106 – 88%	14 – 12%
Замисляте ли се над прочетеното?	14 – 12%	106 – 88%
Обяснявате ли на детето прочетеното?	31 – 26%	89 – 74%
Коментирате ли с детето прочетеното?	29 – 24%	91 – 76%
Забелязвате ли някакви резултати от четенето с Вашето дете?	61 – 51%	59 – 49%
Купувате ли книги на детето си?	13 – 11%	107 – 89%
Подбирате ли съдържанието на книгата, която купувате?	13 – 11%	107 – 89%
По корицата ли избирате книгата, която купувате?	47 – 39%	73 – 61%
Подарявате ли книги на други деца?	45 – 38%	75 – 62%
Слуша ли Вашето дете, когато му четете книга?	46 – 38%	74 – 62%
Вашето дете предпочита ли да гледа телевизия?	107 – 89%	13 – 11%
Смятате ли, че четенето на детски приказки е досадно занимание?	52 – 43%	68 – 57%
Имате ли свободно време да четете книжки на детето си?	13 – 11%	107 – 89%
Иска ли Вашето дете да му четете?	27 – 23%	93 – 77%
Случвало ли се е Вашето дете да прояви желание, а Вие да откажете да му прочетете приказка?	120 – 100%	0 – 0%
Има ли детето Ви любим приказен герой?	55 – 46%	65 – 54%
Притесняват ли Ви детските приказки, в които се говори за смърт?	50 – 42%	70 – 58%
Гушкате ли детето, докато му четете?	55 – 46%	65 – 54%
Вие четете ли книги?	16 – 13%	104 – 87%

Определено не може да се каже, че съвременният български родител е любител на

домашното четене. Но по-важното е, че той някак си не осмисля колко е необходимо на детето да му се четат книжки от родителите. Въпросът с четенето, както повечето въпроси, свързани с възпитанието, се решават повече по инстинкт от страна на родителите, отколкото с някаква умисъл за бъдещето на детето и цялостното му развитие.

ИЗВОДИ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Четенето у дома може да се сравни с аромата на домашната гозба. Съвременният свят предлага много алтернативи на храненето у дома – алтернативи, които пестят време, пари, консумативи, труд; алтернативи, които изглеждат по-забавни и развличащи. Но ароматът на домашната гозба се усеща още от входната врата; кара човек да влезе и да си създаде спомени за цял живот от времето, прекарано край масата с родителите и цялото семейство. Като възрастен, детето ще продължи да търси този уют и да го създава у дома си за своите деца. Същото е с четенето у дома. Детето, на което родителите са чели приказки, никога не забравя времето, прекарано с тях, и най-вероятно няма да позволи на забързаното ежедневие да му отнеме възможността да прекара същото време със своите деца. Това е особено важно в 21-ви век в нашата държава, когато всеки от нас се нуждае от глътка спокойствие, която е най-сладка вкуши.

Литература

1. Петкова, Е. Относителни превъплъщения. Преки пътища и лабиринти през света на красивото. - *Вестник „Учителско дело“*, 2 Октомври 1985., с. 8-9.

2. Enjoy reading – guide for parents. Pearson Education Limited, 2015.

3. Hearne, Betsy and Deborah Stevenson. *Choosing Books for Children: A Commonsense Guide*. Third edition. University of Illinois Press. Urbana and Chicago, 2000.

4. Kalb, G. and J. C. van Ours. *Reading to young children: A head-start in life*. Research report. University of Melbourne. Department of education and early childhood development, 2012.

5. Research evidence on reading for pleasure. Education standards research team. Department for education. May, 2002.

6. The RIF Handbook. *How to Run a Successful Reading Is Fundamental Program*. US Department of Education, RIF, 2002.

References

1. Petkova, E. Otnositelni prevaplashteniya. Preki patishta i labirinti prez sveta na krasivoto. *Vestnik „Uchitelsko delo“* ot 2 Oktomvri 1985g., str. 8-9.

2. Enjoy reading – guide for parents. Pearson Education Limited, 2015.

3. Hearne, Betsy and Deborah Stevenson. *Choosing Books for Children: A Commonsense Guide*. Third edition. University of Illinois Press. Urbana and Chicago, 2000.

4. Kalb, G. and J. C. van Ours. *Reading to young children: A head-start in life*. Research report. University of Melbourne. Department of education and early childhood development, 2012.

5. Research evidence on reading for pleasure. Education standards research team. Department for education. May, 2002.

6. The RIF Handbook. *How to Run a Successful Reading Is Fundamental Program*. US Department of Education, RIF, 2002.

СОЦИОЛОГИЧЕСКО ИЗСЛЕДВАНЕ НА НАГЛАСИТЕ НА СТУДЕНТИТЕ
КЪМ КРЕАТИВНО МИСЛЕНЕ В ОБУЧЕНИЕТО
(ЧАСТ I)

Николай Атанасов, Велика Бинева, Мариана Каприева, Марияна Тодорова, Светлана Кметска

SOCIOLOGICAL SURVEY OF STUDENTS' DISPOSITIONS TO CREATIVE THINKING
IN EDUCATION
(PART I)

Nikolay Atanasov, Velika Bineva, Mariana Kaprieva, Mariana Todorova, Svetlana Kmetska
E-mail: ela88us@yahoo.com

ABSTRACT

The information and knowledge included in the humanities and social sciences are the basis for the preservation and development of our civilization. Their real value is achieved through the acts and realization of the ideas and goals of each individual. Therefore, conducting different empirical research work and surveys in the field of teaching and education in general is of greater interest than ever before. All this is connected with the current changes in different requirements in the fields of education, the labour market and the future of young people, respectively.

The present paper contains results and analyses from an empirical sociological survey of students' dispositions towards the above matter. All of them study at the Faculty of Social Sciences of "Prof. Dr Assen Zlatarov" University in Burgas. The survey was conducted from May until September 2015 within the framework of a specific scientific and interdisciplinary research project.

Key words: *sociological survey, students' dispositions, creative thinking, education, interdisciplinary approach, philosophy of information and culture*

ВЪВЕДЕНИЕ

Информацията и знанието на хуманитарните и обществените науки са основата за съхраняване и развитие на цивилизацията. Те придобиват своята реална стойност чрез действията на субектите и реализацията на техните идеи и цели. В тази връзка осъществяването на емпирични проучвания и изследвания в областите на обучението и образованието повишава своята актуалност. Свързано е с промени на потребностите в образованието, пазарите на труда и бъдещето на младите хора, като е особено важно за развитието и реализацията на младежите с висше образование. Съвременното общество на високите технологии и глобалната икономика има потребност от кадри с висока квалификация, знания и умения, способни да прилагат творчески подходи и иновации при решаването на възникващите проблеми в динамично променящите се реалности.

Образованието е в основата на просперитета на икономиката на всяка една страна и разбирането на този факт води до извеждането му като приоритет на социалната политика на държавното управление, от една страна, а от друга - активно участие и подпомагане от страна на бизнеса. Но трябва да се отбележи, че съществуват различия между академичната и индустриалната концепция за знанието. Новостите, иновациите и прогресът за бизнеса се измерват единствено чрез икономическите ползи. За академиците обаче тези елементи са много по-сложни и комплексни и не могат да бъдат ограничени само до отчитането на незабавен икономически ефект. Освен това, в науката има етични принципи, които не възприемат тезата на мениджърите-практици за използването на знанията за постигане на монопол на пазара. [1]

Съвременната образователна ситуация се характеризира със смяна на парадигми, където приоритетна позиция заема хуманистичното образование, ориентирано към личността

на учащия се, към неговите способности, интереси и увлечения. В качеството на основна цел на образованието се издига максималното развитие на креативните способности на учащите се, поставяйки на втори план формирането на репродуктивни умения. Прилежаващата творчески способности личност определено се реализира като активна, проявяваща изследователско отношение към света, способна не само да се справи с предизвикателствата на живота, но и перманентно да твори.

За съжаление, на практика все още не се осъществяват тези високи цели. Това е особено видно в средното образование и рефлектира върху качеството на обучение във висшето.

През последните години на социално-икономическа криза в България все по-често в публичното пространство се надигат гласове с критика на българската образователна система като цяло и на висшето образование, в частност. Факт са редица противоречия между изискванията на живота към съвременния човек и неспособността на образователната система, на различните ѝ равнища, да ги удовлетвори. Основните претенции са за неумение на младите хора да приложат на практика получените в университетите теоретични знания, липсата на достатъчна активност и инициативност, на творчески подход, иновативност и креативност при решаването на поставените задачи.

Причините за това явление са много и комплексни, обективни и субективни, те могат да бъдат предмет на изследване за социолози, философи, педагози, психолози, икономисти и др. В този смисъл интердисциплинарният подход към изследванията дава повече възможности за добри резултати. Затова екипът, осъществил настоящото изследване, е от преподаватели, работещи в различни научни направления.

В статията са отразени резултати и анализи от емпирично социологическо изследване на нагласите към творчески подходи и решения в процеса на обучение на студентите от Факултета по обществени науки на Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, проведено през периода май – септември 2015 година по научноизследователски интердисциплинарен проект.

За основа при изграждането на общите постановки и хипотези авторите използват резултатите от предходни социологически изследвания: на потребностите, интересите и

мотивацията на студентите от Университета като предпоставка за подобряване качеството на образователния процес, проведено през периода 2001-2004 г. [2]; на отношението към висшето образование, ценностна ориентация и самоопределение на национална идентичност в реалност на икономическа несигурност – проведено през 2014 г. [3]; както и за нивото им на икономическа култура и финансови нагласи - през 2012-2013 г. [4]. Тези изследвания, осъществени от колеги участници в настоящия екип, очертаха редица тенденции в развитието на образованието у нас по хуманитарните, социалните и стопански дисциплини.

През 2014 година беше осъществено социологическо изследване за отношението на студентите към хуманитарните науки от екип на МГУ „Св. Иван Рилски” - София, под ръководството на проф. д-р Добрин Тодоров. [5] Допитването се проведе в десет български университета, един от които бе Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, като анкетирането проведе член на настоящия екип. Тези резултати ни позволиха да направим съпоставка с получената от нас база данни и да изведем общи тенденции за нагласите на студентите в страната към творчеството.

Търсенето на модели за стимулиране на креативно мислене в съвременното висше образование е необходимост не само в България, но и в европейските висши училища. Например през 2014 г. в Университета Боурнемут – Англия, е проведено социологическо изследване на студентите по отношение на творчески нагласи и иновативност. Изводите са за необходимост от включването на студентите в проекти на реални предприятия, като по този начин се развива не само техният предприемачески дух, но и креативното им мислене за решаване на реални казуси. [6] Студентите се включват:

- при обмен на знания чрез консултации;
- обсъждане на различни модели за решаване на проблемни ситуации;
- оценяват се ключовите моменти, пречки и мотивация - както вътрешни, така и външни, при интегрирането им.

Изследването определено е интересно и запознаването с него ни позволи да се съизмерим с европейските колеги. Без излишна скромност можем да отбележим, че осъщественото от интердисциплинарния ни екип проектно изследване, резултатите от което представяме в настоящата статия – част I, и във

втора статия като логическо продължение – част II, е по-обемно и задълбочено като съдържание на анкетната карта, получената база данни и нейния анализ, тяхната представителност и количеството допитани студенти от десетте специалности на ФОН.

ЦЕЛ, ЗАДАЧИ И ХИПОТЕЗИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Целта на първата част от проекта беше с помощта на тестово проучване да се определи ниво на креативност, а с емпирично социологическо изследване да се събере и анализира база данни, за да се установят съществуващите нагласи и отношението на студентите от ФОН при Университет „Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас, към творческите подходи и решения в процеса на обучение, самоподготовка и изследователска дейност.

За да се открият някои специфични трудности и нагласи в този контекст за третата, научнообразователна степен на обучение, в която творческият аспект по определение е решаващ, зложихме и пилотно проучване на докторанти.

Основната цел на осъществения научно-изследователски проект беше на базата на теоретични и емпирични научни изследвания в областта на хуманитарните, социални и икономически науки да се формулират методологически принципи и да се продуцират конкретни модели за стимулиране на креативно мислене в процеса на обучението по някои хуманитарни, социални и стопански дисциплини. Резултатите от тази втора част на проекта ще бъдат публикувани в подготовка за печат колективна монография.

Поставихме си следните задачи:

- да реализираме тестово проучване на студенти от ФОН за определяне на потенциал за креативност;
- да осъществим емпирично социологическо изследване, чрез което да се установят съществуващите нагласи и отношение към творчески подходи и решения при обучението, самоподготовката и изследователската дейност на студентите I или II курс от всички специалности на ФОН към Университет „Проф. д-р Асен Златаров”- Бургас;
- проучване, изследване и анализ на теории, методики, модели и програми за стимулиране на творческо мислене;
- формулиране на методологически принципи и продуциране на модели за стимулира-

не на креативно мислене в процеса на обучението по някои хуманитарни, социални и стопански дисциплини;

- разширяване и развитие на интердисциплинарни проучвания за потребностите на науката, обучението и практиката, подпомагане формирането на съвременни преподавателски, изследователски и творчески общности;

- с направените анализи, изводи и обобщения да открием специфичните потребности и интереси за пълноценно обучение и реализация на студентите от ФОН на Университета. Получените резултати да бъдат представени на ръководството на факултета и университета, за да се използват при усъвършенстването на учебния процес, научната и творческата дейност на студенти и докторанти.

Зложихме няколко основни описателни и обяснителни хипотези:

- потенциалът на студентите за креативност е висок – около 70%;

- около 65% от студентите не използват своя потенциал за креативност в процеса на обучение;

- приблизително за 75% от студентите творчеството не е ценност;

- за около 60% от студентите на ФОН специалността, по която се обучават, е перспективна;

- студентите не свързват пряко творчеството с процеса на обучение;

- изискванията към лекциите са в посока на актуалност на информацията, разбираем език и толерантно отношение към студентите, не се търси високо теоретично ниво;

- най-често висшето образование е ценност за студентите като диплома (документ), а не като знания;

- докторантите изпитват затруднения с достъпа до национални и международни бази данни за научна литература;

- при прилагането на творчески подход в разработването на дисертационния труд докторантите срещат трудности с неопределените методики и критерии за оценка.

Екипът на изследването си постави за цел да анализира заложените постановки за проблемите, като използва базата данни от допитването на студентите и пилотното проучване на докторантите. В настоящата статия (първа част) накратко представяме информация за получените резултати от следните фази на

проведеното емпирично социологическото проучване:

- подготвителен етап;
- тестово изследване на ниво на креативност на студенти от ФОН;
- анкетно проучване на студенти от всички специалности на ФОН ;
- компютърна обработка на резултатите от проучването;
- пилотно допитване на диалогова група от докторанти на университета.

Във втората част, представена като самостоятелна статия в Годишника, отразяваме следващите етапи на социологическото изследване:

- анализ и обобщение на получените резултати;
- изводи и заключение.

ПОДГОТВИТЕЛЕН ЕТАП

Първата фаза на изследването включваше подготовката и провеждането на тестово проучване за ниво на креативност на представителна група студенти от I - II курс на различните специалности от Факултета по обществени науки на Университета. Този тип изследвания са доста условни, трудността произтича от спецификата на творчеството и разнообразните форми на проявлението му. Съвременните психологически измервания обаче разполагат с разработени и апробирани тестови батерии (Гилфорд, Торанс и др.), с помощта на които може да се измерва ниво на креативност. За целта използвахме „Тест за идейна конструкция на образи” [7], с който изследвахме 100 студента от двата пола. Основната ни цел беше да проверим хипотезата, че потенциалното ниво креативност на младите хора е високо, но не се използва достатъчно в процеса на обучение.

Резултатите от тестовото проучване потвърдиха нашата теза: 72 % от изследваните студенти показаха максимално и високо ниво на креативност, 21 % - средно ниво и само 7 % - под средното. Какви са нагласите и мотивацията този потенциал да се използва в процеса на обучение, изследвахме в следващата фаза.

Втората фаза на изследването се състоеше в това да подготвим и осъществим анкетно проучване на студенти от Факултета по обществени науки на Университет “Проф. д-р Асен Златаров” - Бургас. Преди да пристъпим

към изготвянето на анкетните карти, определихме следните цели:

1. Да обхванем студенти от I курс на всички специалности на ФОН и II курс за специалност СУ поради нулевия прием. Съображението ни за този избор бе продиктувано от необходимостта да изследваме отношението към висшето образование и нагласите за творчество на студентите в началния етап на обучение.

За целта решихме да анкетираме 50 % от редовните студенти, което съответства на 200 респондента. Това е една представителна извадка. Определихме квота пропорционално на броя на студентите по курсове и специалности. Методът на случайния подбор не беше подходящ за случая, тъй като изследваният контингент е хомогенен като социална група, а за нас беше по-важно да получим максимална информация.

2. На базата на демографската диференциация на респондентите по типа училище, където са получили средно образование, и по специалности, да проследим ценностната ориентация по отношение на висшето образование, специалността, творчеството въобще и креативността в процеса на обучение.

3. На основата на получените данни да обобщим изходното състояние на отношението и нагласите на студентите към търсената проблематика, което да ни послужи за сравнителен анализ с данните на предходни наши проучвания.

АНКЕТНО ПРОУЧВАНЕ НА СТУДЕНТИ ОТ ВСИЧКИ СПЕЦИАЛНОСТИ НА ФОН - I ИЛИ II КУРС

За да постигнем поставените цели, направихме предварително проучване чрез събеседване паралелно със студентите от първи до четвърти курс за уточняване параметрите на блоковете въпроси на анкетна карта за пряко допитване. Изработената анкетна карта съдържа четири тематични блока основно с въпроси тип „меню” – с предложени опции за избор и ограничено количество въпроси тип „есе” – отворени. Накратко тематично ще опишем блоковете.

1. Блок А - Демография, състоящ се от 4 въпроса, всеки с до 5 опции за избор. Те включват: пол, етническо самоопределение, тип училище, където е получено средното образование, и начините за финансово осигу-

ряване. Задачата на този блок е диференциацията на подгрупите.

2. Блок Б - Ценностна ориентация и образование, съдържащ 6 въпроса, всеки от които с по 4 до 9 опции за избор. Съдържанието е ориентирано към отношението и оценката за бъдещето на специалността, към университета, ценността на висшето образование, на личностните качества и творчеството.

3. Блок В - Мотивация, с 6 въпроса, всеки от които с по 4 до 7 опции. Въпросите са свързани с определяне на най-важните за респондентите фактори, свързани с бъдещата им реализация, определяне на отношението към риска, на готовността за инициативност и отговорност за избора, мнението им за ролята на семейството при формирането на ценностна система и творчески нагласи, за ролята и мястото на креативното мислене в учебния процес.

4. Блок Г – Потребности и интереси на студентите, свързани с учебния процес, в който са формулирани 7 въпроса, всеки с по 6 до 7 опции. Смисълът на въпросите е насочен в посока на потребностите и изискванията на студентите към лекциите и упражненията, какво е най-важно за тях при изготвянето на есета, реферати, доклади и курсови проекти, за какво най-често използват компютъра и Интернет, в какви организирани форми за духовно развитие желаят да участват.

Чрез представената анкетна карта беше осъществено пряко допитване на определения от извадката брой и състав на студентите от всички специалности на ФОН, като стремежът ни беше да има равновесие между половете – 50% мъже и 50% жени. Последното се оказва трудно осъществимо, тъй като в някои специалности мъжете са малцинство или изобщо няма такива.

КОМПЮТЪРНА ОБРАБОТКА НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ПРОУЧВАНЕТО

Съществена част от социологическото изследване е обработката на индивидуалната първична информация. За тази цел 200 анкетни карти бяха систематизирани и кодирани. Компютърната обработка беше извършена с помощта на стандартните функции на програмата IBM SPSS – статистически пакет за анализи в социалните науки, с операционна система Windows 7. Използвахме електронните таблици за нанасянето на кодираната първична информация. С помощта на прог-

рамните алгоритми изчислихме процентното съотношение на избраните отговори от въпросника. Предварително определихме 10 групи взаимосвързани параметри за корелации с цел да ги съпоставим, да проследим как си влияят и да изчислим процентното им съотношение. Кратък анализ на получената информация, направените изводи и заключение са представени във втората част на статията.

Пълният анализ, табличната обработка и кростаблиците ще намерят място в подготовената за печат монография, последните като приложения.

ПИЛОТНО ДОПИТВАНЕ НА ДИАЛОГОВА ГРУПА ОТ ДОКТОРАНТИ НА УНИВЕРСИТЕТА

Написването и защитата на дисертация поражда редица проблеми. Това е научно изследване, което представлява баланс между твърдения на автора, емпирични изследвания и съществуваща вече теория. Общата рамка на едно такова проучване протича по следната схема: цел - обект - предмет - състояние на проблема - структура на изследването - хипотетичен апарат - прогноза за начините на генериране на необходимата информация - теоретично изследване - експериментално изследване - препоръки за необходимими промени. [8] Този, по определение творчески труд, изисква не само креативно мислене, но и обективни възможности за работа с научна литература, достъп до лаборатории, научно ръководство и консултантска помощ.

Една от целите на проекта беше изясняването на проблемите, които срещат представителите на третата степен на висшето образование – докторантите, осъществена чрез пилотно проучване. За целите на изследването изпратихме по e-mail до всичките 30 респондента анкетната карта. Беше поискано мнението на 21 докторанта от Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, на 4 от УНСС – София, на 2 от Икономически университет – Варна, на 3 от Технически университет – Варна. За съжаление, ни отговориха само 18 докторанта. Анкетата съдържаеше пет отворени въпроса:

1. Имате ли проблеми с достъпа до научна литература? (библиотечни бази данни, онлайн каталози - както национални, така и международни)

2. Срещате ли подкрепа и до колко в лицето на научния си ръководител? (информи-

раност за процеса на обучение, консултации, стимулиране на изследователския Ви и творчески принос, и др.)

3. Какви затруднения изпитвате с оформлението и научното съдържание на дисертацията?

4. Дисертационният труд трябва да е новаторски и оригинален. Също така трябва да съдържа научни приноси и изисква много творчески моменти. Какви проблеми и предизвикателства срещате в тази насока?

5. При разработването на дисертационния труд и научните публикации, приблизително какъв процент представлява Вашата лична творческа работа?

След обработването на получените отговори от докторантите при анализа се откриха няколко основни проблема, които ще обобщим.

1. Съществуват трудности при търсенето на научна литература, като достъпът до национални и международни бази данни е ограничен. Повечето научни трудове се заплащат и не всички са по възможностите на докторантите. Това е мнението на 85 % от анкетираните.

2. Относно въпроса за научното ръководство, мненията на докторантите се разделят почти 50 % на 50 %. Някои докторанти изказват мнение, че научните им ръководители им помагат и стимулират изследователската им работа. Други споделят, че научният ръководител отделя внимание и помага само и единствено по въпроси, свързани с процеса на обучение.

3. Затруднения с оформянето и научното съдържание на дисертационния труд докторантите срещат в няколко аспекта:

- не съществува единна методика, по която да се разработва дисертацията. Оказва се, че за едно и също направление университетите имат различни изисквания към този вид научно творчество, което от своя страна затруднява работата на докторантите – отговарят 78 % от допитаните;

- 75 % от анкетираните докторанти изпитват трудности при съставяне на съдържанието на дисертацията (раздели, точки, подточки и разпределяне на съдържанието по тях) и очакват помощ от научния си ръководител.

4. Формулирането на научните приноси е един съществен проблем за 83 % от анкетираните, а 58 % споделят, че научните ръководители и рецензентите се опитват да наложат мнението си, когато докторантът е постъпил

новаторски, но това не се харесва, и изискват преработване на научния труд според техните разбирания. Може би това е свързано със съображението за положителен резултат при защитата на дисертационния труд, а не толкова с неговата иновативност.

5. След проведеното проучване се установи, че докторантите оценяват творческата си работа по разработването на дисертационния труд и научните публикации като оригинална – 70 % от обема, а останалите 30 % представляват теоретичната база, на която стъпват всички научни трудове.

В заключение ще отбележим, че социологическите изследвания на потребностите, интересите и проблемите на докторантите са крайно редки, поради различията в спецификата на направленията. Настоящото пилотно проучване обаче показва, че независимо от различията, има нужда от по-широки и задълбочени изследвания, които да потърсят отговор на въпросите за научното качество и иновативност на разработваните дисертационни трудове, за незадоволителния процент на защитените докторанти спрямо количеството зачислени докторанти и за причините, пораждащи тези явления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Milenkovski, B., M. Markovska. Role of education in knowledge economy. *ISCME`14*, Vol. 2, 2014, pp. 1036-1042

2. Писарова, Г., М. Каприева. Социологическо изследване на потребностите, интересите и мотивацията на студентите – предпоставка за подобряване качеството на образователния процес. - *Техномат и Инфотел. Материали, методи и технологии. Научни статии т. 1, Science Invest Ltd.*, Бургас, 2004, с. 62-77.

3. Атанасов, Н., В. Бинева, М. Каприева, М. Тодорова. Икономическата несигурност и отражението ѝ върху самоопределянето и националната идентичност. Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас, 2014, с. 160.

4. Bineva, V. Research of the students' investment culture from the economic programs at the Prof. Dr. Assen Zlatarov University, Bulgaria. *The 12th International Scientific Conference "Management horizons in changing economic environment: visions and challenges"*, Kaunas, Lithuania, 26-28 September 2013.

5. Тодоров, Д., С. Караджов, Университетското философско образование в България през погледа на студентите. - *Български философски преглед*, ИБФК, С., 2014, кн. 4.

6. Jackson, D., M. Molesworth, G. Goode. Students and knowledge exchange in university business services. *CMC Publishing*, UK, 2014.

7. Картер, Ф. Тесты оценки личности, склонностей и интеллекта. Изд. „Питер”, Санкт-Петербург, 2005.

8. Лулански, П. Дефицити в докторантското изследователско поле на стопанските науки. - *Икономика* 21, 2/2011.

REFERENCES

1. Milenkovski, B., M. Markovska. Role of education in knowledge economy. *ISCME`14*, Vol. 2, 2014, pp. 1036-1042.

2. Pisarova, G., M. Kaprieva, Sotsiologicheskо izsledvane na potrebnotite, interesite i motivatsiyata na studentite – predpostavka za podobryavane kachestvoto na obrazovatelniya protses. V: *Tehnomat i Infotel. Materiali, metodi i tehnologii. Nauchni statii t. 1, Science Invest Ltd.*, Burgas, 2004, s. 62-77.

3. Atanasov, N., V. Bineva, M. Kaprieva, M. Todorova. Ikonomicheskata nesigurност i otragenieto y varhu samoopredelenieto i natsionalnata identichnost. Izd. Universitet “Prof. Dr. Assen Zlatarov University”, Burgas, 2014, ISBN 978-619-7123-20-3, p. 160.

4. Bineva, V. Research of the students’ investment culture from the economic programs at the Prof. Dr. Assen Zlatarov University, Bulgaria. *The 12th International Scientific Conference “Management horizons in changing economic environment: visions and challenges”*, Kaunas, Lithuania, 26-28 September 2013.

5. Todorov, D., S Karadzhov. Universitetskoto filosofsko образование v Bulgariya prez pogleda na studentite. V: *Balgarski filosofski pregled*, IBFK, S., 2014, кн. 4.

6. Jackson, D., M. Molesworth, G. Goode. Students and knowledge exchange in university business services. *CMC Publishing*, UK, 2014.

7. Картер, Ф. Тесты оценки личности, склонностей и интеллекта. Изд. „Питер”, Санкт-Петербург, 2005.

8. Лулански, П. Дефицити в докторантското изследователско поле на стопанските науки. V: *Sp. Ikonomika* 21, 2/2011.

СОЦИОЛОГИЧЕСКО ИЗСЛЕДВАНЕ НА НАГЛАСИТЕ НА СТУДЕНТИТЕ
КЪМ КРЕАТИВНО МИСЛЕНЕ В ОБУЧЕНИЕТО
(ЧАСТ II)

Николай Атанасов, Велика Бинева, Мариана Каприева, Марияна Тодорова

SOCIOLOGICAL SURVEY OF STUDENTS' DISPOSITIONS TO CREATIVE THINKING
IN EDUCATION
(PART II)

Nikolay Atanasov, Velika Bineva, Mariana Kaprieva, Mariana Todorova
E-mail: ela88us@yahoo.com

ABSTRACT

The information and knowledge included in the humanities and social sciences are the basis for the preservation and development of our civilization. Their real value is achieved through the acts and realization of the ideas and goals of each individual. Therefore, conducting different empirical research work and surveys in the field of teaching and education in general is of greater interest than ever before. All this is connected with the current changes in different requirements in the fields of education, the labour market and the future of young people, respectively.

The present paper contains results and analyses from an empirical sociological survey of students' dispositions towards the above matter. All of them study at the Faculty of Social Sciences of "Prof. Dr Assen Zlatarov" University in Burgas. The survey was conducted from May until September 2015 within the framework of a specific scientific and interdisciplinary research project.

Key words: *sociological survey, students' dispositions, creative thinking, education, interdisciplinary approach, philosophy of information and culture*

УВОД

В статията са представени анализи на резултатите от емпирично социологическо изследване на нагласите към творчески подходи и решения в процеса на обучение на студентите от Факултета по обществени науки на Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, проведено през периода май – септември 2015 година по научноизследователски интердисциплинарен проект. Тя е логическо продължение на част I, където са отразени подготвителният етап, анкетното изследване на студенти от I или II курс на ФОН и пилотното проучване на докторанти.

На основата на получените данни обобщихме изходното състояние на отношението и нагласите на студентите към търсената проблематика, което ни послужи за сравнителен анализ с данните на предходни наши проучвания.

АНАЛИЗ И ОБОБЩЕНИЕ НА
ПОЛУЧЕНИТЕ РЕЗУЛТАТИ

От получените резултати подбрахме само тези, които от наша гледна точка дават възможност да се очертаят водещите тенденции и да се направят съответните изводи. Като база за сравнителен анализ приехме резултатите от посочените по-горе минали наши изследвания. При отговорите на всички въпроси, където се очаква да има повече от един избран отговор, сумата от процентите може да е по-голяма от 100 %.

1. Данните от блок А ни показват, че от масива на студентите преобладават жените – 65 %, докато мъжете са 35 %. Трябва да се има предвид, че в предварителната ни извадка беше планирано съотношение 50% на 50% мъже-жени. Има хуманитарни специалности, където мъжете са съвсем слабо представени или липсват въобще. Като цяло студентите жени са повече от колегите им мъже. Тази тенденция се наблюдава във ВУЗ на цялата

страна за последните 25 години, ако проследим статистиката. Причините са от най-различно естество, но особено важни са стремежът на съвременната жена за професионална реализация и трудностите, които среща на пазара на труда поради потенциалната си функция на майка. Работодателите често предпочитат мъже, даже с по-ниска квалификация, за да не плащат болнични и майчинство. Това мотивира жените да се стремят към по-висока степен на образование, специализации, следдипломни квалификации и пр.

По отношение на етническия състав, респондентите са сравнително хомогенна група: най-много са тези, които се определят като българи - 88,5 %; 9 % - като турци и само 1,5 % като роми. Последното показва все още слабата интеграция на ромите чрез висшето образование. Трябва да отбележим, че в сравнение с изследването ни преди 11 години, този процент, макар и слабо, нараства. В демографския блок заложихме въпроси за типа училище, където респондентите са получили средното си образование. Целта ни беше да проследим от какъв характер е базовото образование на анкетираните студенти. Корелацията между пол и тип училище показва, че от 70 броя мъже 30 са завършили професионални гимназии, 29 – гимназии с профилиращи паралелки, 9 – гимназии за чужди езици и 2 – природоматематически гимназии. При 130 броя жени професионални гимназии са завършили 41, профилиращи паралелки – 54, гимназии за чужди езици – 30 и природоматематически гимназии – 3. Прави впечатление, че при жените относителният дял на завършилите професионални гимназии е значително по-малък от мъжете за сметка на поголемия дял жени, завършили езикови гимназии.

Интересни са резултатите по отношение на източниците за финансиране. От родителите получават издръжката си 79 % от студентите; работят, за да си помагат 42 %; самостоятелно се издържат 15 %. Стипендии получават само 12,5 % и от други източници – 2 %. Данните са съизмерими с получените резултати от изследването, което проведехме миналата година. Има по-съществена разлика в процентите, свързани с финансирането от родители – били са по-малко, 65%, и при самостоятелно издържащите се студенти – повече, 22 %. Това се обяснява с факта, че предходното изследване включваше студенти от I до IV курс, а в по-горните курсове има по-голяма

самостоятелност и повече работещи. Трябва да отбележим, че в анкетната карта за този въпрос е предвидена възможност за повече от един отговори.

Сравнителният анализ на даните с осъщественото преди 11 години изследване показва, че финансовата родителска подкрепа е намаляла с 30 %, а броят на работещите, за да се издържат самостоятелно студенти, се е увеличил близо два пъти. [1] Икономическата криза и произтичащата от нея икономическа несигурност създават допълнителни затруднения. Липсата на студентска борса и почасова работа принуждава редовно обучаващите се да работят на смени или даже на пълен работен ден, което води до спадане на качеството на обучение. Положителен аспект е увеличаването със седем пъти на броя студенти, получаващи стипендия. Негативните икономически реалности в страната отново са причината за нарастващата мотивация за по-висок успех и стремеж за получаване на стипендия. Присъединяването на България към Европейския съюз също увеличи възможностите за получаване на стипендии през последните години.

2. Отговорите на въпросите от блок Б ни показват, че 43 % от студентите считат своята специалност за перспективна по отношение на реализацията си; 26,5 % посочват, че тя подготвя търсени специалисти; 30 % приемат, че няма голямо бъдеще, и само 0,5 % я определят като специалност без бъдеще. При сравнение с резултатите на ЕСИ от 2014 г. се забелязва разлика с около 10 % на първите три опции в негативна посока. [2] Отново трябва да отбележим, че в настоящото изследване допитваме първокурсници, които все още не са достатъчно ориентирани в сложните икономически реалности на страната и са силно повлияни от негативното медийно облъчване.

От друга страна, можем да направим заключението, че последиците от икономическата криза - фалити на предприятия, недостатъчно производство и предизвиканата от това безработица, невъзможността на малките и средни предприятия да отговорят на изискванията на ЕС и непосилната за тях конкуренция, демотивират студентите при оценката за бъдещето на специалностите. По тези причини най-често опцията „няма голямо бъдеще“ избират респондентите от икономическите специалности и по-рядко студентите от педагогическите. Тенденцията, очертаваща се през последните години, да се съкращават

отпуснатите бройки за икономическите и хуманитарните специалности за ВУЗ, също допринася за негативните нагласи и очаквания на младите хора.

Като цяло, висшето образование продължава да бъде ценно за повече от половината изследвани, но за съжаление не за всички. 59 % от студентите определят висшето образование като много важно за тяхната бъдеща реализация, а 44,5 % - за интелектуалното им развитие. Само 5,5 % следват, за да удовлетворят амбициите на родителите си. Отново са възможни повече от един отговори. Сравнени с резултатите от 2014 г., данните показват, че интересът към висшето образование като

много важен фактор за професионална реализация е спаднал с около 6 %, а с тези, получени преди 11 години – с 23 %. Остава въпросът дали се очертава трайна тенденция, която се дължи на икономическите реалности, или анкетираните са разочаровани от обществените нагласи за спадане на качеството на висшето образование у нас. Влиянието и на двата фактора е значимо. За съжаление, по данни на статистиката, с всяка изминала година се увеличава броят на желаещите да получат висше образование в чужбина. Това поставя много сериозни въпроси пред българските университети.

Таблица 1. Висшето образование - много важен фактор за реализация

	Специалност									
	СУ	М	Т	ИМ	БФ	БЕИ	ПНУП	ПУПЧЕ	НУПЧЕ	СП
Не	17	17	14	11	6	7	2	1	2	5
	51,5%	56,7%	48,3%	36,7%	33,3%	35,0%	20,0%	10,0%	20,0%	50,0%
Да	16	13	15	19	12	13	8	9	8	5
	48,5%	43,3%	51,7%	63,3%	66,7%	65,0%	80,0%	90,0%	80,0%	50,0%
Общо	33	30	29	30	18	20	10	10	10	10
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Какво е отношението към нашия университет, защо студентите са избрали именно него – това бяха въпроси в анкетата, на които с интерес очаквахме отговорите. Повече от половината – 55 % от анкетираните, са избрали да учат в Университет “Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, защото са уверени, че ще получат нужната подготовка, 23,5 % - по финансови причини, 17 % - за да са със семейството и приятелите си, 6,5 % очакват така да станат самостоятелни, 14 % - за да сменят средата си с нова, и само 3 % - за да не са безработни. Избрали последния показател са пет пъти по-малко в сравнение с резултатите преди 11 години. Това говори за по-съзнателно и целенасочено ориентиране на студентите към висшето образование, но дали в посока на получаване на знания и умения, или на диплома, е друг интересен въпрос. За съжаление, през последните години наблюдаваме устойчива тенденция в ценностната система на младите хора дипломата като документ да заема по-високо място от знанията.

За 67 % от студентите специалността, по която се обучават, е най-желана; 30 % от тях посочват, че е тази, за която им е стигнал балът при кандидатстването, 2 % са избрали

друго и само 1 % са избрали опцията „безразлично ми е какво следвам”. Резултатът ни радва, защото отново говори за по-съзнателно отношение към висшето образование. Макар през последните години броят на кандидат-студентите намалява в цялата страна поради демографски, икономически и други социални причини, данните на Учебен отдел на университета показват, че за различните специалности на ФОН през последните две години са се състезавали от 5 до 12 човека за едно място и това подкрепя нашата теза.

Блокът въпроси за ценностната ориентация завършва с определяне на трите най-важни качества на човека според студентите. Образованието и знанието са избрали 68,5 %, социалния и професионален опит – 33 %, способността за адаптиране – 27 %, творчеството са избрали едва 9,5 %, толерантността – 19 %, волята е важна за 40 % от анкетираните, умнието за общуване – за 34,5 %, а родолюбието е ценно само за 10,5 %. Цифрите говорят сами по себе си и подкрепят основната ни хипотеза, че студентите не оценяват достатъчно ролята на творчеството за развитието и реализацията на човека. Това рефлектира върху нагласите и мотивацията им да използ-

ват творчески подходи в процеса на обучение, а изграждането на креативно мислене за тях

не е цел. Явно системата на средното образование не ги е стимулирала в тази посока.

Таблица 2. Какво е най-ценното в човека

		Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Образованието и знанието	Не	63	31,5	31,5
	Да	137	68,5	100,0
Социалният и професионалният опит	Не	134	67,0	67,0
	Да	66	33,0	100,0
Способността за адаптиране	Не	146	73,0	73,0
	Да	54	27,0	100,0
Творчеството	Не	181	90,5	90,5
	Да	19	9,5	100,0
Толерантността	Не	162	81,0	81,0
	Да	38	19,0	100,0
Волята	Не	120	60,0	60,0
	Да	80	40,0	100,0
Умението за общуване	Не	131	65,5	65,5
	Да	69	34,5	100,0
Родолюбието	Не	179	89,5	89,5
	Да	21	10,5	100,0
Друго	Не	196	98,0	98,0
	Да	4	2,0	100,0

3. При отговорите на въпросите от блок В най-гясно студентите свързват реализацията на своите планове със здравето и образованието; така са отговорили 74,5 %, със способностите и сериозните усилия – 57,5 %, което говори за реализъм и практическа насоченост към изискванията на пазарната среда, конкуренцията и икономическата несигурност. Но само 30,5 % от анкетираните са избрали творческия подход като необходим за реализация на техните планове. Както вече отбелязахме по-горе, 90,5 % от студентите не ценят творчеството като качество на личността и съответно то не ги мотивира особено. И все пак, разбрано като подход за решаване на конкретни проблеми, творчеството тук е посочено от три пъти повече студенти.

Потвърдиха се нашите хипотези, че в образованието като цяло не се прави достатъчно за развитието на креативно мислене у учащите се и това се отразява негативно върху нагласите им за творчески подход и иновативност.

Освен това, 25,5 % от респондентите считат, че връзките и приятелите са важни за тяхната реализация, а 20 % свързват късмета с изпълнението на своите планове. Интересен е фактът, че само 3 % от студентите свързват

бъдещото си развитие с парите на родителите си и това е три пъти повече от резултата през 2014 г. Потвърждава се посочената вече теза, че негативните икономически реалности продуцират по-голяма самостоятелност и отговорност на младите хора, но първокурсниците все още са по-зависими от финансовата подкрепа на родителите.

За да проследим мотивацията и нагласите на студентите за нови подходи и иновации в живота, ги попитахме доколко им харесват и са готови да ги прилагат. Най-много – 57,5 % отговориха утвърдително, 19 % харесват иновациите, но не са готови да ги прилагат, 19 % предпочитат познатото, а 3,5 % изобщо не обичат промените.

Прилагането на нови подходи винаги носи в себе си известен риск. Отговорите на въпроса за отношението на студентите към риска показаха, че 37 % обичат риска, 34 % не го харесват особено, но го считат за необходим, а 29 % се стремят да го сведат до минимум. Резултатите комуникират с горепосочените и говорят за това, че нагласи за прилагане на новото, иновативното в живота имат малко повече от половината анкетирани.

Новите подходи и иновации изискват креативно мислене и творчески нагласи. За 71,5

% от анкетираните тези качества, ценности и нагласи се формират преди всичко в семейството; 26,5 % му отреждат значима роля и само 1,5 % приемат, че семейната среда няма особено значение за ценностната системата на човека. Съвсем основателно болшинството от студентите приемат водещата роля на семейството във възпитанието и формирането на личността, на умението за креативно мислене и творчество. Но учебните институции със съответната философия на образованието имат потенциал да продължат и разгърнат

вече заложеното. Въпросът е доколко това се случва.

На въпроса има ли място за творчество и креативно мислене на студентите в учебния процес на университета, с категорично „да” са отговорили 46,5 %, „по-скоро да” са избрали 33 %, „по-скоро не” – 19 % и категорично „не” – 1,5. Сборът на първите два резултата показва убедително положителната нагласа на анкетираните за мястото на творчеството в университетското образование.

Таблица 3. Има ли място за творчество и креативно мислене на студентите в учебния процес в университета

	Специалност									
	СУ	М	Т	ИМ	БФ	БЕИ	ПНУП	ПУПЧЕ	НУПЧЕ	СП
Да	12 36,4%	11 36,7%	10 34,5%	13 43,3%	14 77,8%	8 40,0%	6 60,0%	6 60,0%	6 60,0%	7 70,0%
По-скоро да	11 33,3%	13 43,3%	11 37,9%	10 33,3%	1 5,6%	7 35,0%	3 30,0%	4 40,0%	3 30,0%	3 30,0%
По-скоро не	10 30,3%	6 20,0%	8 27,6%	6 20,0%	2 11,1%	4 20,0%	1 10,0%	0 0%	1 10,0%	0 0%
Категорично не	0 0%	0 0%	0 0%	1 3,3%	1 5,6%	1 5,0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Общо	33 100,0%	30 100,0%	29 100,0%	30 100,0%	18 100,0%	20 100,0%	10 100,0%	10 100,0%	10 100,0%	10 100,0%

Интересно беше да разберем как и в какво студентите виждат проявата на креативното мислене в процеса на обучение. В умението да правят конспекти на лекциите – 29,5 %, при изготвянето на есета, реферати, доклади и курсови проекти – 57 %, за 49,5 % креатив-

ността се проявява при решаване на казуси, посочване на примери, участие в дискусии и пр., а 18,5 % виждат креативност в преписването на изпит. Последното не се нуждае от коментар.

Таблица 4. В какво се проявява творчеството и креативното мислене на студентите в учебния процес в университета

	Специалност									
	СУ	М	Т	ИМ	БФ	БЕИ	ПНУП	ПУПЧЕ	НУПЧЕ	СП
В умението да правят конспекти	9 27,3%	9 30,0%	6 20,7%	12 40,0%	8 44,4%	8 40,0%	1 10,0%	2 20,0%	4 40,0%	0 0%
При изготвянето на есета, реферати, доклади и курсови проекти	13 39,4%	16 53,3%	17 58,6%	17 56,7%	7 38,9%	13 65,0%	8 80,0%	8 80,0%	9 90,0%	6 60,0%
При решаване на казуси, посочване на примери и пр. на семинарите	14 42,4%	15 50,0%	17 58,6%	11 36,7%	6 33,3%	6 30,0%	8 80,0%	6 60,0%	6 60,0%	10 100,0%
При преписване на изпит	10 30,3%	3 10,0%	8 27,6%	2 6,7%	4 22,2%	3 15,0%	3 30,0%	0 0%	0 0%	4 40,0%
Друго	32 97,0%	30 100,0%	29 100,0%	30 100,0%	17 94,4%	19 95,0%	10 100,0%	10 100,0%	9 90,0%	9 90,0%

Прави впечатление, че по-малко от една трета анкетирани виждат ролята на креативното мислене при конспектирането. Известно ни е, че това умение се среща все по-рядко в студентската аудитория; най-често студентите очакват да им се диктува, не успяват да си водят самостоятелни записки. Това, естествено, е по-характерно за първокурсниците, но се среща и в горните курсове. Логичен е отговорът на болшинството от анкетирани, които виждат приложение на креативното мислене в процеса на разработването на самостоятелни задачи от различно естество. Доколко обаче то наистина се прилага, е въпрос, на който донякъде можем да намерим отговор в последния блок на анкетната карта.

4. В блок Г формулирахме група въпроси за потребностите и интересите на студентите, свързани с учебния процес. Изискване за високо теоретично ниво на лекциите имат само 24 % от анкетирани, а за логичност на изложението – 25,5 %, което потвърждава тезата ни, че студентите не владеят в достатъчна степен терминологичния апарат на конкретните науки и това затруднява разбирането на лекционния материал. От друга страна, това е сигнал за преподавателите да потърсят адекватен на аудиторията прочит, който да провокира и стимулира рефлексията. В подкрепа на тези разсъждения са резултатите от следващите изисквания към лекциите: достъпен и разбирам език очакват 60 % от анкетирани, актуална и конкретна информация – 61 %, толерантно отношение към студентите – 51,5 %, а активен контакт с аудиторията изискват 38,5 % от изследваните.

Отново възниква въпросът за необходимостта от иновативни подходи при поднасянето на лекционния материал, по-голяма гъвкавост спрямо аудиторията, преосмисляне на презентациите и онагледяването в посока на провокация към креативността на студентите, разбира се, съобразени със спецификата на преподаваните дисциплини.

Очакванията на студентите за упражнението в най-голяма степен са свързани с разясняване на неразбраното от лекции – 87,5 %, с възможността да изкажат собствено мнение – 52,5 %, по време на занятията да има добър психоклимат – 45,5 %, да се създават условия за творчески процес – 23,5 %, да се осигурят необходимите технически средства – само 16,5 %. Прави впечатление фактът, че повече от половината анкетирани изискват на упражненията да имат възможност за защита на

собствена позиция, но при това по-малко от една четвърт търсят условия за творчески процес.

Очевидно е, че голяма част от анкетирани имат потребност от изява на упражненията, но не свързват участието в семинари и дискусии с креативното мислене и творчество. През последните години, по ред административни причини, учебната натовареност в учебните планове на всички специалности на ФОН и университета беше силно намалена, средно с около 500 часа. Това рефлектира върху количеството на упражненията, които станаха наполовина по-малко. А точно тази форма на обучение дава възможност на студентите за творческо участие в решаването на задачи, казуси и дискусии. Това мнение категорично се споделя от студентите на 10 различни университети в страната (включително и нашия), които считат, че най-добрият начин на обучение е „чрез използване и на двете основни форми за преподаване – лекции и упражнения: над 2/3 (70,9 %) от респондентите”. [3, с. 65]

Семинарните групи са обединени и в аудиторията най-често работим с 20-25 студента, което ограничава възможността всеки да вземе участие и да се осъществи дискусия. Ако седмичният хорариум е само един час, то проблемът нараства и води до пасивност от страна на повечето обучаващи се.

За сметка на аудиторната заетост в учебните планове се увеличава извънаудиторната, с цел стимулиране самостоятелната работа на студентите. За съжаление обаче те най-често приемат това време за свободно и активно работят едва в края на семестъра, когато наблизават сроковете за предаване на курсови проекти, доклади, реферати, есета и пр. Това налага търсенето на нови модели в обучението, които да стимулират както активността на студентите, така и тяхната креативност.

За да проверим потребностите и нагласите на студентите, свързани със самостоятелната им подготовка, ги попитахме какво е важно за тях при изготвянето на есета, реферати, доклади и курсови проекти. 77 % считат за важно преподавателят да предостави конкретен план, по който да работят; 51 % очакват списък с темите, от който да избират; 21 % предпочитат да им бъде дадена конкретна тема, а не да избират, и едва 17 % са готови да формулират тема и самостоятелно да я разработят. Тези резултати показват недостатъчната

самостоятелност на голяма част от студентите, предпочитанията им да бъдат изцяло ръководени при изработването на есета, реферати, доклади и курсови проекти, отказ от свободата на избора и проявата на творчески подход. Питаме се дали това е неувереност, или търсене на лесния начин с най-малко усилия за решение на задачата. За това говорят и следващите резултати, за щастие избрани от по-малко анкетираните – 12 % търсят готова разработка в Интернет, за да я преработят, а 4 % от анкетираните се стремят да свалят от мрежата готова работа.

През последните три години бяхме изненадани от факта, че голяма част от студентите, с които работим, не умеят да боравят с популярни и необходими за всеки съвременен специалист компютърни програми като Microsoft office и Microsoft Excel. Общата нагласа на възрастните е, че юношите и младежите в наши дни са в свои води, що се отнася до компютърната грамотност. Нормално е да си го мислим, като наблюдаваме с каква активност използват компютри, лаптопи, таблети и мобилни телефони. Но сърфирането в Интернет, игрите и участието в живота на социалните мрежи, което най-често се прави, не е задължително компютърна грамотност, която очаква бизнесът от кадрите с висше образование. От друга страна, огромното количество налична, разнообразна и достъпна в мрежата информация, предлаганите на учащите се готови разработки не стимулират особено творческите нагласи, а по-скоро моделите на плагиатство.

По тези причини решихме в изследването да заложим въпроси за какво студентите най-често използват компютър и Интернет. Най-често използват компютър за влизане в Интернет 93,5 % от анкетираните, за текстова обработка – 38,5 %, за изготвяне на презентации – 27 %, за работа с други програми – 23,5 %, за таблична обработка с Microsoft Excel – само 11 %, за електронни игри – 6,5 %. С изключение на последния, резултатите потвърдиха изцяло нашите хипотези – само 1/3 от студентите използват конкретни компютърни програми за целите на обучението. Що се отнася до компютърните игри, явно потребността от тях в по-ранна възраст се заменя с потребност от комуникация в социалните мрежи; теза, която се потвърди от следващите резултати.

На въпроса за какво използват Интернет, 87 % от анкетираните отговарят за комуника-

ции в социалните мрежи, 40 % - за сваляне на музика и филми, 36 % - за самообразование, 35 % - за използване на електронна поща и само 12 % използват Интернет за обучение по университетски програми. Даваме си сметка, разбира се, че изследваните студенти са от I или II курс, т. е. в началото на обучението си, като се надяваме в по-горните курсове този процент да нараства.

Творческите подходи и креативното мислене се стимулират и от занимания с различни видове изкуства, както и с прилагането на философски подходи и модели за самопознание. За да разберем до колко студентите имат потребности в тази посока, ги попитахме в какви организирани форми за духовно развитие биха желали да участват. Най-много – 32,5 % от респондентите, са избрали група за себепознание и саморазвитие, което представлява смисълът на тяхната ориентация за осъзната потребност и стремеж към усъвършенстване. 31 % изразяват желание да се занимават с танцово изкуство, 18 % посочват театрално изкуство, 16 % предпочитат група за литературно творчество, 12,5 % желаят да посещават музикална група, 10 % от анкетираните биха се занимавали с изобразително изкуство, а 5 % - с нещо друго.

Анализът показва интерес и нагласа у анкетираните да развиват творческите си способности и креативни умения чрез извънкурсни занимания. Тези потребности на студентите могат да бъдат във вниманието на ръководството и Студентския съвет за организация, подпомагане и популяризиране на възможностите за духовно и творческо развитие.

ИЗВОДИ, ОБОБЩЕНИЯ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведеното социологическото проучване на студентите от ФОН осигури база данни, която дава възможност да се анализират актуални за нашата действителност проблеми, свързани с образованието. Интердисциплинарният подход при изследванията улеснява разбирането и приложението на креативността на мисленето в образователния процес по хуманитарните, социални и стопански дисциплини.

През последните години се забелязва нисък статус на творчеството в системата на ценности на студентите. Тази тенденция се очертава не само в анализа на резултатите от

нашето, но и в други университетски социологически изследвания, и поставя под въпрос основните цели на съвременното образование.

Намаляването на часовете по хуманитарните и социални дисциплини води до ограничаване на разбирането за смисъла и потребността от творчество, както и на схващането за изграждане на самостоятелни умения за рационално и системно аналитично мислене.

По същата причина се наблюдават недостатъчни познания и разбиране на хуманитарната терминология, която е в основата на културата и образованието. Тенденцията в тази насока се разширява и задълбочава.

Очертава се необходимост от допълнително обучение в направленията на хуманитарните, социалните и стопански дисциплини за правилното разбиране на понятията творчество, креативно мислене и иновации като познавателни категории в обучението и практиката.

Стимулирането на креативно мислене повишава инициативността и разширява способностите и възможностите на студентите за участие в национални и международни студентски научни конференции, както и в европейските програми за мобилност и стажове.

Потребността от креативност на мисленето се откроява не само в индивидуалното обучение, но и при решаването на екипни задачи, и в бизнес практиките.

Изследването показва, че студентите желаят да участват в разнообразни организирани форми за духовно развитие, като най-голям процент са тези, които посочват група за себепознание и саморазвитие.

При изследването на докторантите се очерта следният проблем: превръщането на докторантурата в трета, научнообразователна степен на висшето образование, поставя въпроса за липсата на единна методика за разработването на дисертационен труд, в която ясно да е определен моделът за постигане на научните приноси въз основата на научното изследване и научното творчество. Това поставя изискването в програмите за подготовка и обучение на докторанти да намерят място въпроси за креативността на мисленето и научното изследване. Анализът на резултати-

те показва, че докторантите проявяват високо разбиране за смисъла и ролята на творческото мислене в изследователската работа, но срещат трудности и имат потребност от повече разбиране и подкрепа.

Анализите на информацията, направените изводи и препоръки ще намерят развитие в подготвена за печат монография.

ЛИТЕРАТУРА

1. Писарова, Г., М. Каприева, Социологическо изследване на потребностите, интересите и мотивацията на студентите – предпоставка за подобряване качеството на образователния процес. - *Техномат и Инфотел. Материали, методи и технологии. Научни статии т. 1, Science Invest Ltd.*, Бургас, 2004, с. 62-77.

2. Атанасов, Н., В. Бинева, М. Каприева, М. Тодорова. Икономическата несигурност и отражението ѝ върху самоопределянето и националната идентичност. Изд. *Университет „Проф. д-р Асен Златаров“*, Бургас, 2014, с. 160.

3. Тодоров, Д., С. Караджов, С. Университетското философско образование в България през погледа на студентите. - *Български философски преглед*, ИБФК, С., 2014, кн. 4.

REFERENCES

1. Pisarova, G., M. Kaprieva, Sotsiologicheskoto izsledvane na potrebnostite, interesite i motivatsiyata na studentite – predpostavka za podobryavane kachestvoto na obrazovatelniya protses. - *Tehnomat i Infotel. Materiali, metodi i tehnologii. Nauchni statii t. 1, Science Invest Ltd.*, Burgas, 2004, s. 62-77.

2. Atanasov, N., V. Bineva, M. Kaprieva, M. Todorova. Ikonomicheskata nesigurnost i otragenieto y varhu samoopredelenieto i natsionalnata identichnost. Izd. Universitet “Prof. Dr. Assen Zlatarov University”, Burgas, 2014, p. 160.

3. Todorov, D., S. Karadzhov. Universitetskoto filosofsko obrazovanie v Balgariya prez pogleda na studentite. - *Balgarski filosofski preglad*, IBFK, S., 2014, kn. 4.

СПЕЦИФИКА НА ДИАГНОСТИЦИРАНЕТО НА ПСИХОПАТОЛОГИЧНИЯ
ФЕНОМЕН ШИЗОФРЕННО РАЗСТРОЙСТВО КАТО ЧАСТ ОТ ТЕОРИЯТА НА
СИДНИ БЛАТ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ЛИЧНОСТТА

Светозар Димитров

SPECIFICITY OF DIAGNOSING THE PSYCHOPATHOLOGICAL PHENOMENON OF
SCHIZOPHRENIC DISORDER AS PART OF SIDNEY BLATT'S THEORY OF
PERSONALITY DEVELOPMENT

Svetozar Dimitrov

ABSTRACT

The problems of early mental development take an important place in the research and theoretical activities of modern psychological science. Recent theoretical formulations emphasize the importance of the quality of interpersonal relationships in personality development and psychopathology in cases of schizophrenic disorder. The mental construct cognitive schemata unfold and develop as the child matures and experiences various perturbations and demands throughout his life cycle. The levels of development of cognitive structures represent either children's increasing capacity or problems of psychopathological impairment, providing a new way of integration of knowledge in psychological theory and psychoanalytical therapy. The presented model of schizophrenic disorder provides an adaptive basis for further psychotherapeutical interventions.

Key words: *personal development, cognitive schemata, schizophrenic disorder, psychoanalytic research*

Проблемите на ранното психично развитие по естествен начин заемат важно място в изследователската и теоретична активност на съвременната психологична наука. В разнообразните приноси към темата за формирането на собствено психично пространство и познавателно отношение към света на бебето и детето се пресичат възгледите и разработките на различни научни течения и парадигми. Централно място в тези процеси са опитите за интегриране на богатите приноси на дълбинната психология относно преживелищните тенденции в личността и търсенето на корелации с нарастването на познавателния капацитет на субекта, взаимната обусловеност във вътрешната организация на индивида на емоционалните и когнитивните фактори. В развитието на този вид психологично търсене съществено място заемат адаптираните натрупани научни факти в теорията на Сидни Блат, съгласно които най-ранните и най-важни фунда-ментални фази в развитието на познавателните структури се състои в еволюцията на личния капацитет за преживяване, възприемане и представяне на способност за отделя-

не и разграничаване между независими събития и обекти.

В съвременната приложна психология концепцията за когнитивната схема и нейните трансформации в развитието на личността намира широко поле на адаптирано приложение в интерпретацията и изследването на различните по степен на увреденост форми на психопатология – преди всичко шизофрени и психотични разстройства.

В такъв подход става възможно да се приими богатството на клиничния опит на психоанализата и близките психотерапевтични практики с нуждите от теоретично преосмисляне на стъпките в психичното развитие.

Когнитивните структури или схеми като разбирания за базисната представно-емоционална организация на личността се създават в продължение на жизнения цикъл, започвайки от най-ранните преживявания на бебето във връзката на грижовност с майката. Когнитивната схема се развива заедно с порастването на детето и преживява редица смущения и търсения в рамките на живота. Ако тези смущения не са много тежки, в детето се създават

условия да съзрелят съществуващите познавателни структури и те от своя страна могат да се приспособят към съществуващите предизвикателства и трудности. Тази динамика насърчава развитието на различни нива на когнитивната схема, които обикновено нарастват в една естествена, добре описана житейска последователност. В случаите, когато смущенията са тежки, постоянни и надвишаващи капацитета на детето да се приспособява, стабилизирането и надграждането на познавателните структури може да бъде компрометирано и блокирано. В крайна сметка различните форми на психопатология и ментални дефицити в ранното детство изглежда, че могат добре да бъдат качествено илюстрирани чрез процесите на интегриране, респ. дифузия на съставните елементи на когнитивната структура.

Първото ниво на преживелищна организация на личността в разработките на изследователския колектив на Сидни Блат [9; 23] се идентифицира като постоянство на границите. Развитието на това ниво на схемата е съпоставено в поведенчески план с отговарящата усмивка на бебето и възникването на способността на малкото дете да инициира свързване с другите. Ранната спонтанна усмивка на бебето предполага, че субектът в тази ситуация на живота започва да изразява физическата форма на фигурата, която оказва грижи от общото вградено перцептивно поле и е чувствителен към сигналите на другия. Пиаже и Вернер също поставят въпросите за това как първата когнитивна схема на детето включва артикулацията на фундаменталните граници на единичния обект от вградения контекст на полето.

Малко по-късно в израстването - около шестия до осмия месец – детето започва да прави разграничения между хората, да развива особено интензивно психично инвестиране в определени фигури от обкръжението и да разграничава тези особени личности от останалите.

Детето започва да отговаря на майката и/или на бащата по много по-специален начин, отколкото на непознати. В тази възраст детето развива капацитета на когнитивната схема на ниво, което може да бъде наречено разпознаване или постоянство на либидонозните инвестиции [8; 11]. Индивидите в този стадий престават да бъдат просто артикулиращи на елементи от перцептивното поле, но детето придобива способности диференцира-

но да отговаря на близки лица и на специални фигури.

На възраст около шестнадесет месеца възникват елементите на третото ниво на когнитивната схема, известно като постоянство на напомнянето [9; 241] – способността да има разбиране за обекта, който вече не присъства постоянно и не се проявява мигновено в полето на възприятието.

Последната, най-зряла в развитието на личността в ранното детство степен, настъпва при добро организиране на съставните психични процеси около третата година от живота и е означена като Постоянство на Селф-а, респ. на преживяването за себе си. Това постоянство се разпознава преди всичко в активната, специфична и прецизна употреба от страна на детето на понятията „мое“, „мен“ и „аз“ в динамиката на отношенията, в които е включено. Детето става във все по-голяма степен способно да разграничава себе си от другите и да си дава сметка за характера на своите отношения с тях. Аналогията в когнитивните студии и изследвания – най-вече при Пиаже и Вернер, потвърждава, че във възрастта около 5 години детето от позицията на праволинейно-конкретно мислене започва да координира две и повече дименсии. Такъв познавателен феномен обратно рефлектира и обозначава нарасналия капацитет на личността да преразглежда ранните диадични отношения – базисният образец е диадата между майката и бебето – в диференцирани отношения от порядъка на триангулирана връзка.

В съвременната приложна психология концепцията за когнитивната схема и нейните трансформации в развитието на личността намира широко поле на адаптирано приложение в интерпретацията и изследването на различните по степен на увреденост форми на психопатология – преди всичко шизофрени и психотични разстройства, гранично личностно разстройство „бордерлайн“, натрапливи, фобийни и конверсионни състояния, както и на трудностите в процесните взаимоотношения в психоаналитичната терапия. Всичко това става възможно да бъде описано в понятията на присъщи, изведени структури, вместо в определенията на базисната директно проявяваща се симптоматика и характеристики на развитието. Изследванията по тази проблематика през 80-те и 90-те години на 20 век [9, 236] показват убедително, че моделът, насочен към психологията на развитието в познавателната психология, може да осигури

морфологична матрица за проследяване на разнообразните форми на психични дисфункции.

Вторият дискурс в разглеждането на психопатологичните феномени през призмата на теорията на развитието са формулираните от Блат области на т.нар. „анаклитични“ и „интроективни“ разстройства. Важен фактор в усилието за отдиференциране на тези състояния се явява характерът на преобладаващо активните защитни механизми. В такъв порядък при анаклитичните разстройства в разбирането на Блат доминиращи са защитни механизми от най-регресивен ред, каквито са отричането и емоционалното изключване. Психична организация, съставено от преимуществено такива защитни операции, води до цялостно и системно регресиване на личностен, познавателен и социално ангажиран свят.

За разлика от това „интроективните“ разстройства не се разглеждат от Блат като хомогенна група симптоми и синдромни единици. Авторът включва в тази група параноидно състояние, обесивно-компулсивно разстройство, ориентирано около виновност депресивно и състояние и нарцистична психопатия. Всички тези категории се описват като ориентирани към усилията за адаптиране на личността и запазването на чувството за цялостност на себе си – т.нар. Селф. Водещите защитни механизми, описани като проекция, интелектуализация, формиране на реакция и свръхкомпенсация, поддържат постоянна съпротивителна активност на личността. Въпреки множеството патологични и конфликтни измерения на този факт, кохерентността в личностен план остава в много по-висока степен съхранена.

При едно паралелно разглеждане на най-базисните увреждания на когнитивно-отношенческите схеми, а именно увреждането на постоянството на границите при шизофрениите и депресивното разстройство, ценен факт е напомнянето за открити при депресивното състояние на проективна и анаклитична форма на заболяването. По подобен начин, макар да не се въвежда в термини директно, Блат разглежда своеобразна интроективна форма на психоза в лицето на параноидното разстройство и анаклитична такава при състояние на трудно повлияващо се шизофренно разстройство.

Данните насочват към разбирането, че шизофрениите пациенти имат увредена способност за отдиференциране на личностни гра-

ници и постоянство на „либидните“ инвестиции, така както патологията на граничния личностов характер е с уверен капацитет за постоянство в припомнянето на обекта.

За разлика от тях представно-преживелищната организация при депресивни пациенти отразява нарушеността в интеграцията едновременно на когнитивната схема за обекта и на схемата за себе си. Клиничните сведения създават предпоставки да бъдат мислени два типа депресии, определени чрез това дали депресията е фокусирана върху стабилността на обектните връзки и междуличностната свързаност – феномени като изоставяне, самотност, отхвърляне или състояние, насочено към определяне на себе си – чувства на вина, самокритичност и проваленост. Изследователските търсения също така утвърждават, че тази диференцирана позиция определя две широки конфигурации, респ. области на патологични изменения, кореспондиращи на психотерапевтичните интервенции. Оценяването на специални увреждания в постоянството на разбирането за обекта и за себе си идентифицира различни нива на когнитивно – афективните структури, които от своя страна определят широк обхват на симптоматични проявления.

От своя страна, голяма част от симптоматиката при шизофрението разстройство, особено уврежданията в познавателната сфера, възприятието, вниманието, формирането на понятия и междуличностните взаимоотношения, могат да бъдат разбирани и мислени като израз на нарушения в артикулацията на границите на вътрешното психично пространство. Блат се опира на натрупани научни факти, съгласно които най-ранните и най-важни фундаментални фази в развитието на познавателните структури се състоят в еволюцията на личния капацитет за преживяване, възприемане и представяне на способност за отделяне и разграничаване между независими събития и обекти. Оскъдно артикулираните и нестабилни граници са застъпени при по-тежко увредени хронични шизофрени пациенти с обеднели обектни отношения, сериозно увреден капацитет за адаптация, житейска история на отчуждение, изолация и трудно приспособяване. Поради увредена константност на границите при шизофрени пациенти, те имат изразени трудности при припомнянето и постоянството на отношенчески инвестиции. В такива обстоятелства хората се преживяват като нестабилни и флуидни. В случаите, кога-

то се наблюдава оттегляне на инвестициите в другите и отдръпване в аутистични фантазии, може да се мисли за преместване заради нестабилните, болезнени и разрушителни междуличностни взаимоотношения.

Подобна формулировка на шизофренното разстройство, включващо динамиката на фундаменталните увреждания на менталната схема на границите, позволява създаването на интегриран модел за изследване на психопатологични феномени, включващ когнитивни и преживелищни аспекти и създаващ пространство за по-пълно разбиране на параноидната шизофрения. В по-голяма степен артикулирана, но все още сериозно увредена, диференциацията на менталните граници е разпознаваема в повечето остри психотични състояния, при което обектните отношения са по-активни, вкл. понякога по-интензивни и враждебни. Повечето незасегнати в ядрената си менталност параноидно шизофренни пациенти се борят – макар и по един прекомерен начин – за запазването на чувството за граници. Тези индивиди не само имат много по-голяма и изразена разграничителна способност от непараноидните шизофренно болни, но и често в много по-голяма степен диференцират в сравнение с хора от нормална извадка. Параноидните шизофреници повишават чувството си за когнитивен контрол, необичайно възприятливо отчитане, свръх-засилено внимание, причудливо схващане за различни свойства и различия между себе си и другите, както и демонстриране на силно защитни усилия за запазване на солидността на границите. Фокусирането върху власт, контрол и автономност, изразена подозрителност, изолирането от чувствата и държането на хората на разстояние с аргумент, че са опасни и увреждащи, се явяват усилия да се удържи по ригиден начин чувството за индивидуалност и отделеност, както и за защита на субекта от различни изкушения и заплахи от поглъщане и сливане на границите.

Употребата на конструкта когнитивна схема в изследването на общото психично развитие и в частност - на психопатологията и терапевтичните процеси, е равностойно по определението на Гарднър на настояща „когнитивната революция в психологията“ [13; 12]. Едновременно и общо психологичната и психоаналитичната теория извървяват дълъг път, преодолявайки основния „хедонистичен модел“ [7; 39], в който разтоварването на нагонния импулс както в поведенческата парадигма

„Стимул - реакция“, така и в парадигмата на дълбинната психология „нагонов натиск - защита“, сочени като първична мотивираща сила за човешките действия. Психологичната теория и изследователска активност през последните двадесет години в много голяма степен се насочват към важността на когнитивните структури за разбирането на поведението на личността, особено що се касае при взаимоотношения, базирани на интензивни грижи. В същото време познавателните структури създават новаторско разбиране и изграждат психологична морфология, лежача в основата на множество форми на психопатологична картина. Богатото на приноси представяне на шизофренните разстройства като определяемо през дефицитите в базисните личностни конструкции и допълнителното диференциране на анаклитичен и интроективен профил в разстройството, създават богата и ценна платформа за по-доброто разбиране и респ. по-продуктивното и успешно подпомагане при психотерапевтичните интервенции при тази тежка форма на психично страдание.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атанасов, Н. Психоаналитични теории на развитието. София, 2002.
- Atanassov, N. Psychoanalytichni teoriii za razvitiето; Sofia, 2002.
2. Атанасов, Н., Св. Димитров. Изследване на референтна активност и страх от унищожение при шизофренно разстройство. - *Психология*, 2014.
2. Atanassov, N., S. Dimitrov. Izsledvane na referentna aktivnost i strah ot unishtozhenie pri shizofrenno razstroystvo. – *Psihologia*, 2014.
3. Пиаже, Ж. Интелектът. - *Педагогика*, 1996, кн.8.
- Piazhe, Zh. Intelektut. – *Pedagogika*, 1996, кн. 8.
4. Каплан, Сэдок. Клиническая психиатрия. Т.1, 1996.
- Kaplan, Sedok. Klinicheskaya psihiatрия, t.1, 1996.
5. Arieti, S.; J Bemporad. Severe and mild depression: the psychoanalytic approach; NY Basic Books, 1978.
6. Blatt, S.J. The psychoanalytic study of a child; levels of object representation in anaclitic and introjective depression.
7. Blatt, S.J., J.G. Schimek, I.B. Brennels, M. Glick. Normal development and psychopathological impairment of the concept on the

objecton the Rorschach. - Journal of abnormal psychology, 1976.

8.Blatt, S.J., S. Shichman. Two primary configurations of psychopathology. Psychoanalysis and contemporary thought, 187-254.

9.Blatt, S.J., C.M. Wild, B.A Ritzler. Disturbances of object representations in schizophrenia. Psychoanalysis and contemporary science, 235-288.

10. Fraiberg, S. Libidinal object constancy and mental representation; Psychoanalytic Study of the child, 1969.

11.Freud, A. The ego and the mechanisms of defense; Sofia-LiK 2001.

12.Freud, S. "Gesammelte Werke"; Walter Verlag AG1964.

13.Gardner, H. The mind's new science: a history of the cognitive revolution; NY Basic Books, 1985.

14.Grand, S. „A study of the representation of objects in schizophrenia”; Journal of American Psychoanalytic Association 1973;

15.Kernberg, O. Borderline personality organization.- Journal of American Psychoanalytic Association, 1967.

16.Piaget, J. The construction of reality in the child; NY Basic Books, 1954.

17.Piaget, J. Play, dreams and imitation in childhood; NY, Norton, 1962.

18.Piaget, J. The child's conception of time. NY, Basic Books, 1969.

**КРАТКИТЕ ФОЛКЛОРНИ ЖАНРОВЕ В ОБЩИНА СРЕДЕЦ – ОПИТ ЗА
ФОЛКЛОРНО-ИСТОРИЧЕСКА РЕКОНСТРУКЦИЯ**

Маргарита Терзиева

**SHORT FOLK GENRES IN SREDETZ MUNICIPALITY: AN ATTEMPT AT FOLK-
HISTORICAL RECONSTRUCTION**

Margarita Terzieva

E-mail: mterzieva@gmail.com

ABSTRACT

The paper presents the results of the local application of a relatively new method for the study of cultural and historical heritage: folk-historical reconstruction. The analysis of the riddle and proverb repertoire proved the vitality of the short folk genres, their stability through history and the topicality of their messages.

Key words: riddles, proverbs, folk-historical reconstruction

В началото на новия век инструментариумът на фолклористиката претърпя някои интересни изменения, които водят до нови подходи към фолклорните текстове. Със статут на метод вече се ползва фолклорно-историческата реконструкция, която се опира на две основни твърдения:

- устният текст се ражда точно тук и сега; при произнасянето си той се появява като нещо ново, независимо от убеждението на пазителя си, че се съхранява в паметта му като нещо заучено;

- в резултат на пластичността на устната традиция фолклорният текст съществува в режим на колебание около някаква „постоянна ос“, предавайки конкретно съобщение, което неизбежно ще търпи съответните промени във времето и пространството [1].

Ще се опитаме да приложим този метод в рамките на вътрешноуниверситетски проект, насочен към проучване на културно-историческото наследство на община Средец.

Изследвани са на случаен принцип десет жители на гр. Средец – седем жени и трима мъже. Средната им възраст е 70 години, като най-младият е на 62, а най-възрастният - на 77 години. Те отговарят на 2 въпроса: „Кажете гатанките, които казвате на Вашите деца и внуци и които сте научили от своите баби и дядовци“; „Кажете пословиците, които най-често употребявате“. Дадено им е определено време на разположение – до 10 минути за

отделен отговор, за да може изследователят да запише казаното. Чрез първия отговор проверяваме фолклорната приемственост „през поколение“, а чрез втория – доколко кратките фолклорни жанрове присъстват във всекидневната реч.

Минималният брой назовани гатанки е две, максималният - шест. Общият им брой е 34, т.е 3,4 на човек, като интересното е, че нито един текст на гатанка не се повтаря, само един се уподобява:

1. Мъничко, червеничко, царя от път отбива. – ягодата
2. Четирима братя в една риза. – ядките на ореха
3. Шарена тояга през полето бяга. – змията
4. Една стомна със седем дупки, слагаш ѝ вода – не тече. – главата
5. Корона носи, цар не е , брада има – поп не е; като викне, цялото село събужда. – петелът
6. Тихо ходи и сто води, за хиляда място прави. – въшката
7. Бяла река със зелени жаби. – таратор
8. Син вир дъно няма. – небето
9. Лиже сол като вол; да е вол – не е вол; има миша опашка. – ряпата
10. Аз я целувам, тя ме кълне. – стомната
11. Рога има, вол не е – къща носи; откъдето мине, пътека прави. – охлюв
12. В едно буре вино и ракия – не се размесват. – яйцето

13. Мънички юначета с черни калпачета в затвора лежат. – кибрит

14. Дългокрако, дългоухо, и когато спи – гледа. – заек

15. Чорлава майка – пъргаво чедо. – хурка и вретено

16. Половинка чашка на стената закована. – ушите

17. На стената виси, зло ти мисли. – пушката

18. Пълна къща с деца – ни прозорец, ни врата. – тиква

19. Лете е облечена, зиме е съблечена. – гората

20. Първо го надкрачваш – сетне влизаш. – прагът

21. С девет кожуха облечен и пак замръзва. – червеният лук

22. Дълбок вир – дъно няма. – очите

23. Многобройна войска – цяло лято работи, а зиме мъртва лежи. – мравките

24. Сутрин ходи на четири крака, по пладне – на два, пък вечер – на три. – човекът

25. Ти му даваш да яде и го тупаш с две ръце, пък то вика „гладен съм“. – ситото

26. Четирима братя плетат, а един им помага. – пръстите и иглата

27. Бяла патка на един крак стои. – зелка

28. От пръст, от вода, от огън – хората подслонява. – керемидата

29. Дълга Неда сянка няма. – реката

30. За един ден цял свят обхожда и вечер у тях си дохожда. – слънцето

31. Грънливо кълбо из гора ходи. – таралеж

32. По земя се влачи; който я закача, зле ще си изпати. – змия

33. Четирима братя цял ден се гонят и не могат да се стигнат. – колелетата на колата

34. Пълна пещ с бели пуканки. – зъбите

От гледна точка на тематиката записаните гатанки оформят следните групи:

- човек, човешко тяло - №4,16, 22, 24, 26, 34;

- дом, обзавеждане, предмети от бита - №10, 13,15,17, 20, 25, 28, 33;

- растителен свят - №1, 2, 9,18, 19, 21, 27;

- животински свят - №3, 5, 6, 11, 14, 23, 31, 32;

- природни обекти и астрономически явления - №8, 29, 30;

- празнична трапеза, храни - №7, 12.

Можем да приемем, че това е кръгът на ежедневно-битовата затвореност и делничност, в рамките на която е протичал животът на българина преди век.

В изброените гатанки присъстват определени заемки – например №24 по същество е загадката, която Сфинксът дава на Едип в древногръцката митология. Това един от най-древните фолклорни мотиви, водещ до дилемата „отгатни или умри“.

Част от цитирания по-горе гатанков репертоар е разпространен и в други области на страната – визираме текстовете с №1, 2, 3, 8, 11, 17, 18, 19, 27, 29, 33. Други надграждат вече познат текст и резултатът е положителен чрез прилагане на отрицателно сравнение - №5; контрастна съпоставка - №10; подмяна на реалии - №16 – по-известен е вариантът с „половин блюдо“; но няколко от текстовете на гатанките определено са с локално приложение и заслужават вниманието на изследователите.

Така например гатанката за въшката - №6 – разкрива част от интимния бит, за който се говори с полунамеци – за да не се обидят роднини и съседи, за които става дума - затова и използването на гатанката подсказва наличието на паразити - напаст за цяло семейство от няколко поколения, живеещо в пространството на общ дом. Така – чрез уклончиво произнасяне на гатанковия текст - се отклонява намерението за посещение или гостуване в дома, нападнат от въшки.

В други са маркирани сложните публични взаимоотношения - №10 – като се визират техните крайности. Същият контраст, но смекчен, затворен в рамките на вътрешносемейните противоречия, е визиран в текст №15. Съчетаването на несъчетаеми на пръв поглед предмети, оприличено на човешки оценки и взаимоотношения, е любим метафоричен похват и доказателство за образното мислене и находчивостта на нашите прадеди.

Използването на архаизми и диалектизми в част от текстовете - №20, №30 – им придава автентичност и води до допускането, че наистина са съхранили своята „автономност“. При създаването на този своеобразен гатанков репертоар са използвани още: постоянни епитети, метафори и олицетворения. Те са импонирани на някогашния „фолклорен човек“, но и днес представляват интерес за малчуганите, при което се раждат гатанки от по-ново време - №7. Това е доказателство за съзидателната сила на фолклора и за възпитателните функции, които той продължава да изпълнява.

В гатанковия репертоар има примери - №10, 17, 20 – за текстове, които първоначално са изпълнява ролята на пословици, а след

това са придобили нова познавателна функция. Техните носители като деца са ползвали и в двете им значения.

Не очакваме от информаторите да правят разлика между пословици и поговорки, но ще подчертаем, че няколко от записаните при втория отговор текстове имат характер на словосъчетания и отговарят на съвременното разбиране за поговорка. Останалите битуват под формата на изречения и несъмнено са пословици: [3]

A1. Ако би мирно седяло, не би чудо видяло -2.

A2. Ако вятър не вее, гората не се люлее.

A3. Ако ръка дава, а сърце не дава, нищо не става.

B1. Болен здрав носи.

B2. Бързата кучка слепи ги ражда.

V1. Видяла жабата, че коват вола, и тя вдигнала крак.

V2. Вместо да ми изкара очите, той ми изписа веждите.

V3. Всеки ден не е Великден.

V4. Вълкът козината си мени, но нрава – не.

V5. Вшката, като се наяде, излиза на челото.

G1. Гарван гарвану око не вади.

G2. Господ не оре и не копае – хора събира.

Ж1. Жената вродява и жената отродява мъжа.

И1. И лудият бяга от пияния.

K1. Каквото майката, такава и дъщерята.

K2. Каквото мисли мишката, котката го разваля.

K3. Каквото посееш, това ще пожънеш.

K4. Каквото си надробил – това ще сърбаш. - 2

K5. Като ми пееш, Пенке ле, кой ли те чува?

K6. Който зло мисли – зло намира.

K7. Кой каквото прави – на себе си го прави.

K8. Който гроб копае другиму, сам влиза в него.

K9. Който завижда – не вижда.

K10. Който не работи, не трябва да яде.

K11. Който се мъчи, той се и пъчи.

K12. Криво дърво се оправя, крив човек – не.

K13. Кроткото агне суче от две майки.

K14. Кръвта вода не става.

Л1. Лоша рана заздравява, лоша дума не се забравя.

M1. Малкото камъче обръща колата.

N1. На каквото си постелиш – на такова ще легнеш.

N2. Насила хубост не става.

N3. Не търси под вола теле.

N4. Носи две дини под една мишница.

O1. От един дол дренки.

P1. Пази, Боже, сляпо да прогледа!

P2. Покрай сухото гори и суровото.

P3. Покритото мляко котката не го лочи.

P4. Присмял се хърбел на щърбел.

P5. Приятел в нужда се познава.

C1. Сиромаш човек – жив дявол.

C2. Старата любов ръжда не хваща.

T1. Търкулнала се тенджерата и си намерила похлупака.

X1. Храни куче да те лае.

Ч1. Чуждото свое не става.

Текстовете на фолклорни паремии, записани от същите анкетираните, са 47. Тук диференциацията между изследваните е по-голяма – най-малкият брой цитирани пословици и поговорки е 1, а най-големият – 23; средният брой паремии е 4,7.

Подредихме ги по възприетата у нас азбучна класификация и установихме, че две от пословиците се повтарят. Така на практика ще оперираме с 45 паремии, които можем да групираме в следните тематични групи:

- аксиологически – от типа K10;

- за социални и междуличностни отношения – от типа C1 и P5;

- за природата – от типа A2;

- отразяващи религиозни представи – от типа G2. [2]

Ще се спрем на тези паремии, които имат специфично звучене и определено локален произход. Към тях причисляваме Ж1 – „Жената вродява и жената отродява мъжа“. Приемаме, че е вариант на по-популярната „Откъдето е жената, оттам е родата“. Въпреки това долавяме в текста не толкова наченки на феминизъм, а остатъци от матриархалното мислене, според които жената е стожер, а мъжът - „придатък“ към нейния род и семейство.

Голяма част от изброените по-горе паремиилогични текстове се използват в наши дни за оценка на конкретни политически реалности:

- K2 – „играта на котка и мишка“ между големите и малките политически партии;

- P1 – оценка на политическите парвенюта;

- Г1 – двойственият стандарт на политиците, които публично се карат, а всъщност се поддържат.

Чрез синтезираната народна мъдрост в наши дни на отрицание са подложени пиянството (И1), неблагодарността (Х1), завистта (К9), мързелът (К10), които и в миналото, и сега получават негативна оценка. Същевременно се утвърждават ценности като приятелството (П5), любовта (С2), отстояването на родното пред чуждото (Ч1). Те и днес са вид морална норма за хората от поколението на 60 - 80-годишните.

Любовта към природата и опазването ѝ, овладяването на езика ѝ е част от битието на „фолклорния човек“. С природозащитна насоченост са пословици от типа А2, К3 и П2, макар че биха могли да се тълкуват и в буквален, и в преносен смисъл. В наши дни те служат като вид критериална рамка за човешкото поведение изобщо, а не само за взаимоотношенията „човек-природа“. [4]

Локалното проучване на кратките фолклорни жанрове и битуването им в община Средец води до следните изводи:

Съществува определена близост между кратките фолклорни жанрове в лицето на пословиците и гатанките, като последните понякога водят началото си от пословици, претърпявайки съответни трансформации. Различават се по това, че гатанката изразява същността на предмета, а пословицата е съждение на него.

Изследваните жители на град Средец са запазили избирателно в паметта си кратки фолклорни жанрове, които са представлявали част от семейното им възпитание, и които те се опитват да предадат на своите внуци.

Фолклорно-историческата реконструкция позволява поглед към културно-историчес-

кото наследство под нов ъгъл – като част от социалните и екологични послания на предците ни, които са издържали проверката на времето.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Неклюдов 2006: Неклюдов, С. Литературно-фолклорные реконструкции и проблемы палеофольклора. - *Слово и мудрость Востока. Литература. Фольклор. Культура*. М.: Наука, 2006. с. 287-295 .
2. Стойчев 1988: Стойчев, П. Жанрова класификация, функции и възприемателни механизми при паремията. – *Български фолклор*, 1988, кн.3, с.17-26.
3. Сборник 1978: Паремнологический сборник. М., 1978.
4. Терзиева 1997: Терзиева, М. Фолклорните паремии в екологичен контекст. – *Международен симпозиум „Екология“*, 1997, с. 141-143.

REFERENCES:

1. Nekludov 2006: Nekludov, S. Literaturno-folklorne rekonstruktsii i problemy paleofolklor. – *Slovo i mudrost Vostoka. Literatura. Folklor. Kultura*. M., Nauka, 2006, s.287-295.
2. Stoychev 1988: Stoychev, P. Zhanrova klasifikatsiya. funktsii i vazpriematelni mehanizmi pri paremiyat. – *Bulgarski folklor*, 1988, kn.3, s.17-26.
3. Sbornik 1978: Paremiologicheskii sbornik. M., 1978.
4. Terzieva 1977: Terzieva, M. Folklornite pareмии v ekologichen kontekst. – *Mezhdunaroden simpozium „Ekologia“*, 1997, s.141-143.

Приложение

Данни за информаторите от град Средец

Инициали на анкетирания	Пол	Навършени години	Местожителство	Родно място
К.Г.Д.	Ж	68	гр. Средец	с. Сливово
Т.И.К.	М	73	гр. Средец	с.Варовник
К.Т.И.	Ж	72	гр. Средец	с. Калово
И.Н.Д.	М	62	гр. Средец	с.Звездец
Д.К.П.	Ж	77	гр. Средец	с.Долно Ябълково
Т.М.Т.	Ж	75	гр. Средец	с. Синьо камене
М.С.Д	Ж	69	гр. Средец	с.Варовник
М.В.Д.	Ж	64	гр. Средец	гр. Средец
Г.П.А.	М	75	гр. Средец	гр. Средец
З.Р.А.	Ж	65	гр. Средец	гр. Средец

LEXICAL APPROACH – REVIEWING THE ROLE OF LEXIS IN LANGUAGE TEACHING

Katya Nikolova, Stanimira Taneva-Shopova
E-mail: alfa56@abv.bg

ABSTRACT

The present paper offers a general insight into the Lexical Approach that attempted to radically change language acquisition by reviewing the role of lexis. It has generated great interest in recent years as an alternative to traditional grammar-based approaches. Central to this approach is that an important part of language mastery is the ability to comprehend and produce lexical phrases as unanalyzed wholes, or “chunks”. The paper also provides some of its criticisms. Finally, the benefits of the “lexical movement” these days are presented.

Key words: *Lexical Approach, lexis, vocabulary, “chunk”, “lexical movement”*

INTRODUCTION

A few decades ago language was analyzed as consisting of grammatical structures and a set of usually single vocabulary items. The emphasis was laid on the structure of language rather than the words. Linguists strongly supported the idea that acquisition of a language depends on the mastery of grammatical rules and vocabulary is of secondary importance. Since the publication of “The Lexical Approach: The state of ELT and the way forward” by Michael Lewis in 1993 the division of grammar and vocabulary has been widely reviewed and discussed. The author used a computer research to show that phrases and word groups used in English hold the key to learning the language. The Lexical approach (LA) is based on the idea that language teaching should be focused on helping students to acquire vocabulary instead of learning abstract grammar rules and then finding the words to fill the slots.

FEATURES OF THE LEXICAL APPROACH

The term Lexical Approach (LA) was coined by M. Lewis as a result of the increased interest in vocabulary teaching and learning during the 1990's and as an alternative to grammar-based approaches and methods. It concentrates on developing learners' proficiency with lexis rather than grammar. The LA differentiates vocabulary from lexis – vocabulary is traditionally understood as a stock of individual words with fixed meaning whereas lexis consists not only of single

words but also of word combinations that we store in our mental lexicon. This approach focuses on the idea that an important part of language mastery is the ability to comprehend and produce lexical phrases as unanalyzed wholes or “chunks”. (Lewis, 1993)

Lexical phrases offer far more language generative power than grammatical structures. In recent years it has been recognized that native speakers have a vast stock of these lexical chunks that are vital for fluent production. Fluency does not depend so much on having a set of generative grammar rules and a separate stock of words but depends much on having rapid access to a stock of chunks.

Lewis (1997) identifies multi-word items (chunks) as falling into four types:

1) a) Words – the largest of all the four categories and refers to what we call vocabulary. (e.g. bag, table, etc.)

b) Polywords – a small group of lexical items (e.g. adverbial phrases and phrasal verbs). These chunks are not normally reversible. (e.g. by the way, upside down, etc.)

2) Collocations – these chunks naturally co-occur by mutual expectancy and are not normally interchangeable. (e.g., community service, absolutely convinced, etc.)

3) Fixed Expressions – they are also known as Institutionalised Expressions and can be social greetings, politeness phrases, idioms, etc. (Good afternoon, Thanks, That's OK, etc.)

4) Semi-Fixed Expressions – this category according to Lewis is an important one ‘that contains a spectrum’. These expressions range ‘from

very long (for example expressions in formal letters) and from almost fixed (It's not my fault) to very free'. (Lewis, 1997)

According to the approach, language is not learnt by acquiring individual sounds and structures and then combining them. We can learn and use whole phrases without understanding their constituent parts. Schmitt (2000) states that "the mind stores and processes these lexical chunks as individual wholes". The mind is able to store large amounts of information in long term memory but its short term capacity is much more limited when producing language in speech. So it is much more efficient for the brain to recall a chunk of language as if it were one piece of information.

A lexical chunk is defined as a term which includes all the other terms referring to any pair or group of words which is commonly found together.

Lewis points out that language teaching should mostly include lexical phrases or chunks because they offer more communicative and expressive power than grammatical structures. Thornbury supports this view and claims that chunking serves two purposes at early stages of language learning:

- It enables language learners to have chunks of the language available for immediate use.
- It also provides the learner with data to hold in reserve for subsequent analysis. (1998)

Some of the key principles of the Lexical Approach are:

- Language consists of grammaticalised lexis, not lexicalised grammar. Language is formed from lexical elements besides grammar and the main focus is placed on lexis.
- The grammar/vocabulary dichotomy is not valid. Grammar and lexis are not two separate units. Language is made up of multi-word chunks.
- Successful language is more important than accurate language. Emphasis is on successful communication not grammatical mastery.
- Noticing lexical chunks in context is vital for language learning. It is important to develop learner's ability to "chunk" the language.
- Collocation is a central element in language acquisition. It is important to learn the patterns of collocations because much of the spoken and written language comprises them.

Proponents of the LA base their argument on the opinion that vocabulary holds more meaning than grammar. As J. Sinclair states "a lexical mistake often causes misunderstanding; while a

grammar mistake rarely does" (cited Sample 2014) Lexis is seen as the key to "communicative power" and the fundamental reason why grammar has a subsidiary role. LA encourages primary focus towards vocabulary and the learning of sentences or phrases that are most frequent in communication. It should be added that even lexis has priority over grammar Lewis states that this approach "in no way denies the value of grammar". (Lewis 1997)

REACTIONS TO LA

Like many approaches, Lexical approach received some criticisms.

Some linguists point out the absence of a consistent theory of language learning and deny LA as an approach. Thornbury states that Lewis takes us "on a journey without maps" because "Lexical Approach is not an approach, not in the strict sense, since it lacks a coherent theory of learning and its theory of language is not fully enough elaborated to allow for ready implementation in terms of syllabus specification". (Thornbury, 1998) In fact, LA is largely based on Krashen's theory about learning lexis without analysis.

Thornbury also notes that Lewis explains that he doesn't favour a lexical, grammatical or task based syllabus. Lewis recommends the use of text-based and discourse-based language material without specifying the selection and organisation of such texts and discourses.

In his book "Cognitive Linguistics and Language Learning" Randal Holme (2009) suggests that as a result of the LA "students doubtless benefited from an enhanced repertoire of lexical phrases, but over-encouraged to seek the safety of the fixed forms, they still lost control of their larger meaning and found themselves stranded on phrasal islands of incongruous correctness by the error-infested nature of their larger sentence".

Lewis emphasizes on noticing and memorization of the chunks of language, but he does not offer clear guidelines how to select and grade the chunks.

Lewis assumes that it is the exposure to language and not formal teaching that can increase the learner's lexicon. Boers and Lindstromberg in their book about optimizing the lexical approach argue that it is too hard and time consuming to spend teaching time instructing learners how to learn chunks incidentally and autonomously. They suggest pre-selecting the chunks in advance, which enables more time and focus to

be spent on a particular chunk that occurs frequently. They believe that the increased exposure to a particular chunk raises the potential for it to be remembered by the learner. With this in mind, they give more responsibility to the teacher than Lewis, who in their opinion, relies too heavily on student autonomy. (Sample, 2014)

Undoubtedly, there are thousands of chunks the learner has to commit to memory. Dr C. Walter's article "Time to stop avoiding grammar rules" (Guardian, 2012) defends explicit grammar teaching in EFL which leads to better learning. The author states that "with much less time and effort, learners can acquire grammar for putting together comprehensible phrases and sentences, thus ensuring faster progress". Maybe Dr Walter implies that, unlike grammar rules, chunks do not have generative value. Learning chunks actually facilitates the teaching of grammar and serves as a basis for mastery of the grammar system. Furthermore, grammar is best learned when students have memorized a chunk which can then be used as a template for creating novel utterances. (Selivan, 2013)

At the Lexical Teaching conference, held in May 2013, M. Hoey argued the validity of some criticisms. According to some of the opponents the LA ignores how languages are learnt. But it is not true because there is solid psycholinguistic research which backs up the idea that we store words as chunks. One word helps us access a second one faster and more accurately.

As far as the lack of the theoretical underpinning is concerned Hoey points out that there are lots of problems with existing theories of language. For example, many theories assume a single language when in fact there are many variations (dialects) masquerading as a single language.

"LEXICAL MOVEMENT" TODAY

In the past 20 years more and more evidence has emerged to corroborate Lewis's claims. Corpus studies have confirmed that chunks pervade our everyday language and structures which have traditionally received attention in EFL grammar pedagogy are relatively rare. Cognitive linguistics lends further credibility to the LA by claiming that chunk learning can foreground acquisition of the grammar system in the second language. Learners first internalize unanalyzed chunks (and can then extract regularities from them), much in the same way as native speaker children master the English grammar (without

attending to the rules of the Present Perfect or Past Continuous).

By some estimates, anywhere between 55% and 80% of native speaker's English, depending on the genre, consists routines and patterns that are in some way prefabricated. In fact, fluency would not be possible without recourse to a large stock of prefabricated chunks and expressions.

As recent L2 research indicates, learning collocations, apart from increasing the mental lexicon, leads to an increase in written and spoken fluency. An understanding of collocation is essential for all learners, especially for those on upper-intermediate and advanced level courses for the active improvement of oral output within and outside classroom practice. Collocability acquisition and spoken fluency have a high dependence on each other. Collocations are both stored and retrieved in memory mechanically, possess a pragmatic function and are established by the context. These formulaic units become prefabricated chunks, which facilitates spoken fluency. A variation of collocations also occurs in English for Science and Technology discourse, which causes difficulties in understanding and production for university students. (Ramirez, 2012)

LA does not mean to ignore teaching grammar but to focus more on language patterns than verb tenses and teach the lexico-grammatical chunks that go with the grammar. Surely the learners should be engaged with activating their language at all times in their study. (Dellar, 2013) Language learning is much messier than teachers and learners want to think.

CONCLUSION

Lewis' ideas were highly radical when he first voiced them over twenty years ago; however corpus studies have confirmed that chunks dominate everyday language. (Sample, 2014) The central role of lexis in ELT has been recognized. The distinction between grammar and lexis has become less valid. It is not the use of grammar which separates higher level students from native speakers but the way words are combined into lexical chunks. The main idea is that if students become aware of some of the many lexical structures they will have a lot more information about how to combine individual words to build coherent structures. Lewis's goal was to effect a radical upheaval in the way we teach language and not merely bring vocabulary to the fore.

REFERENCES

1. Dellar, H. 2013. Working Exercises Hard. Lexical Teaching Conference. <https://eltlaura.wordpress.com/tag/lexical-approach/>
2. Hoey, M. 2013. The Lexical Approach and Lexical Priming. Lexical Teaching Conference. <https://eltlaura.wordpress.com/tag/lexical-approach/>
3. Holme, R. 2009. Cognitive Linguistics and Language Learning, Hardcover.
4. Lewis, M. 1993. The Lexical Approach: The state of EFT and the way forward. Hove: Language Teaching Publications.
5. Lewis, M. 1997. Implementing the Lexical Approach: Putting Theory into Practice. Hove: Language Teaching Publications.
6. Ramirez, A. 2012. *The lexical approach: collocability, fluency and implications for teaching*. BIBLID 1133-1127 (2012) P. 237-254.
7. Sample, M. 2014. *An Overview Of The Lexical Approach And Its Implementation At A Public Elementary School In South Korea*. Journal of International Education Research, Volume 10, Number 4, p. 271 -278
8. Schmitt, N. 2000. *Key concepts in ELT: Lexical Chunks*. ELT Journal 54(4), p. 400-401
9. Selivan, L. 2013. <http://leoxicon.blogspot.com/2013/01/start-teaching-lexically.html>
10. Thornbury, S. 1998. *The Lexical Approach: a journey without maps?* MET, 7 (4), p. 7-13
11. Walter, C. 2012. *Time to stop avoiding grammar rules*, Guardian, 18 September 2012

LINGUISTIC MEANS OF REALIZATION OF THE CATEGORY OF CONTINUUM IN DESCRIPTIVE CONTEXTS IN “ANNA KARENINA” BY LEO TOLSTOY

Inna Tytarenko-Kachura, Svitlana Melnyk*, H. S. Skovoroda*
E-mail: leontina03k@gmail.com

*Kharkiv, National Pedagogical University, Ukraine

ABSTRACT

The article deals with the analysis of linguistic means which take part in the realization of continuum in descriptive contexts in the novel “Anna Karenina” by Leo Tolstoy. We distinguish between temporal and spatial continuum. Continuum is closely connected with the categories of retrospection and propection. Unlike the category of retrospection, which is expressed by lexical and grammatical means, the category of propection is realized in an implicit way.

Key words: *text category, continuum, temporal continuum, spatial continuum, retrospection, propection, linguistic means, descriptive contexts, portrait, landscape, interior descriptions.*

INTRODUCTION

Modern linguistics studies descriptive contexts not in an isolated way but as a part of the literary text. A lot of linguists have investigated a literary text and its categories [1; 2; 3; 7; 8;] but we support I. R. Galperin’s classification of the text categories in which he singles out information, division, cohesion, continuum, autosemantics, retrospection and propection, modality, integration and completeness of the text [3, 125]. The categorial approach to a complex text study is being developed in the researches of contemporary linguists. L.N. Sinelnikova [5] (as well as E.A. Selivanova [4], L.V. Spasova [6] and others) thinks that text categories allows to study text as a product addressed to a “language individuality”, as a phenomenon of a human national culture and as a mediator in securing success of people social interaction due to language means [5; 6].

Theoretical background. Inevitably, all these categories are closely connected in the text and complement each other [3, 125]. Continuum provides realistic and certain descriptions, but spatial continuum is more exact than temporal continuum. Definite content-factual information in narration is possible due to interaction of spatial continuum and the verb tense forms [3, 95].

The category of continuum is directly connected with the notions of time and space. The term “continuum” itself means “continuous formation of something, i. e. an unbroken move-

ment in time and space” [3, 18]. Continuum as a text category can be generally imagined as a definite sequence of facts, events developing in time and space, however development of the events is different in various texts. Continuum is not necessarily provided with a linear presentation in literary texts. We should bear in mind that the more chaotic the connection of events in temporal and spatial relations is presented the more difficult the information contained in the text perceived. Remaining, in fact, constant in a succession of temporary and spatial facts, continuum in the text is simultaneously divided into separate parts but the presence of the category of textual links gives let us perceive the whole text as a process.

Continuum is a text category but not a sentence one. Continuum cannot be realized in the sentence because there is no a thought development in it. This grammatical category depicting the passage of time in the changing space requires a unit larger than a sentence. Basically, continuum as a text grammatical category is a synthesis of textual links and continuity. Continuum is represented in the fact that the inclusion of the descriptive contexts in the literary text can be logically justified (or not), can break the text continuum or not.

Research and discussion. The object of research is the language of the novel “Anna Karenina” by Leo Tolstoy. Thus, the objective of the presented article is to analyze linguistic means of realization of the category of continuum and its

role in the novel under consideration. We share I. R. Galperin's opinion who regards continuum as a definite sequence of events and facts in time and space [3, 87]. It lets us analyze the correlation of descriptive contexts with the text categories and units and draw the conclusion which generally makes the notion of descriptive contexts, particularly in Leo Tolstoy's text of "Anna Karenina", more complete and profound.

In the aspect of descriptive contexts analysis in the novel "Anna Karenina" by Leo Tolstoy we have come to the decision to pay attention to the category of continuum as we suppose it is the most brightly displayed one.

Rendering continuum by means of descriptive contexts is typical of the works by Leo Tolstoy. Every description in "Anna Karenina" is a small world depicted by special and certain these or those linguistic elements. We can refer the following ones to them:

– toponyms in portrait contexts: *Moscow, St. Petersburg, Switzerland, Europe, Rome, Venice, Naples, the Seleznevsky district, the Kashinsky province* etc., for example: <...> *The setting of her (Anna) head on her handsome, broad shoulders, and the restrained excitement and brilliance of her eyes and her whole face reminded him of her just as he had seen her at the ball in Moscow.* [9, p. 957]. We see that Vronsky admires Anna as much as at the time he saw her in Moscow especially her eyes and shoulders;

– lexical units of various parts of speech determining spatial reference points and expressing spatial and temporal relationships: *She was in the fifth box, twenty paces from him. She was sitting in front, and slightly turning, was saying something to Yashvin* [9, p. 956]. Or: *Vronsky and Anna had been traveling for three months together in Europe. They had visited Venice, Rome, and Naples, and had just arrived at a small Italian town where they meant to stay some time. A handsome head waiter, with thick pomaded hair parted from the neck upwards, an evening coat, a broad white cambric shirt front, and a bunch of trinkets hanging above his rounded stomach, stood with his hands in the full curve of his pockets, looking contemptuously from under his eyelids while he gave some frigid reply to a gentleman who had stopped him. Catching the sound of footsteps coming from the other side of the entry towards the staircase, the head waiter turned round, and seeing the Russian count, who had taken their best rooms, he took his hands out of his pockets deferentially, and with a bow informed him that a courier had been, and that the*

business about the palazzo had been arranged [9, p. 802]. So, we can notice that space in the above mentioned contexts is expressed by means of numerals (both cardinal *twenty* and ordinal *the fifth*), defining pronoun *other*, nouns (*box, paces, town, side, palazzo*); time is expressed by means of a cardinal numeral *three*, adverb *just*, indefinite pronoun *some*, noun *evening* in the function of attribute which presupposes the part of the day, the Past Perfect Passive of the verb *arrange* which expresses the prior action. Moreover, these contexts comprise not only the portrait descriptions but the description of the place of the action as well.

– prepositions of place and time like *on, from, away, before, among, upwards, down, out of, out, over, from under* etc.: *Varenka, with her white kerchief on her black hair, surrounded by the children, gaily and good-humoredly looking after them, and at the same time visibly excited at the possibility of receiving a declaration from the man she cared for, was very attractive* [9, p. 902]. In this passage comprising the inclusion of Varenka's description the actions happen simultaneously and the expression *at the same time* indicates it. Or: *Agafea Mihalovna went out on tiptoe; the nurse let down the blind, chased a fly out from under the muslin canopy of the crib, and a bumblebee struggling on the window-frame, and sat down waving a faded branch of birch over the mother and the baby* [9, p. 1365]. Here we see a chain of successive events combined by the same place and time.

Landscape and interior descriptions play a great role in the formation of continuum as well. So, let us have a look at them: *The brothers had to drive through the woods to reach the meadows. Sergey Ivanovitch was all the while admiring the beauty of the woods, which were a tangled mass of leaves, pointing out to his brother now an old lime tree on the point of flowering, dark on the shady side, and brightly spotted with yellow stipules, now the young shoots of this year's saplings brilliant with emerald* [9, p. 422]. In this context the present has a different manifestation: lexemes *now* used distantly, word combination *this year*, the Past Continuous Tense and even the Past Simple Tense of the verb *have* in its modal meaning. Or: *In his study Alexey Alexandrovitch walked up and down twice, and stopped at an immense writing-table, on which six candles had already been lighted by the valet who had preceded him.* [9, p. 499]. Continuum is expressed with the help of prepositions of space *in, on*, opposite adverbs *up* and

down and the Past Perfect Tense which usually points to the prior action and the lexeme *already* showing the result of the action.

Inevitably, continuum cannot be regarded without such text categories as prospection and retrospection. I.R. Galperin considers the categories of prospection and retrospection as the forms of discontinuum. "They are the "pauses" in the text linear unfolding" [3, 18]. The comprehension of happening events occur through these two text categories. Prospection as a text category is characterized by combining various language forms which help comprehend the further content-factual information, its role in the plot development and can be either objectively author's or subjectively reader's [3, 112].

Retrospection as a text category is characterized by its implicit expression, it is generated by content-factual information, it is a constituent affinity of perception of the whole, it is closely connected with other text categories. Retrospection is based on our memory ability to keep the information previously informed and couple it with something being informed in the given part of the narration: *She laid down the book and sank against the back of the chair, tightly gripping the paper cutter in both hands. There was nothing. She went over all her Moscow recollections. All were good, pleasant. She remembered the ball, remembered Vronsky and his face of slavish adoration, remembered all her conduct with him: there was nothing shameful* [9, p. 176]. Anna's recollections point to her pleasant feelings which Vronsky aroused and she cannot resist them. To emphasize it the author employed the two synonymous words like *recollect* and *remember*. Moreover, to draw the reader's attention and make him think about possible in future relations between Anna and Vronsky, the repetition of the lexeme *remember* is present. So, in this case, we think, retrospection goes with prospection side-by-side.

Getting up and walking about the room, he glanced again at the portrait, frowned, and smiled contemptuously. After reading a little more of the book on Egyptian hieroglyphics, and renewing his interest in it, Alexey Alexandrovitch went to bed at eleven o'clock, and recollecting as he lay in bed the incident with his wife, he saw it now in by no means such a gloomy light [9, p. 505]. Unlike the previous example of retrospection, such lexemes as *again* and *after* show that the character has done certain actions in the past and they were not pleasant at all and he experiences negative emotions expressed by the lexis

of negative connotation (*frowned, contemptuously*). Besides, the usage of homogeneous words *renewing* and *recollecting* denoting Alexey Alexandrovitch's coming back to the past in his thought can express his real worries about it.

But he felt utterly different towards her beauty now. In his feeling for her now there was no element of mystery, and so her beauty, though it attracted him even more intensely than before, gave him now a sense of injury [9, p. 957]. After meeting Anna again Vronsky realizes that he is head over heels in love with her and this love is like a torture for him. He compares his feelings *before* and *now* and suffers. Anna's beauty is irresistible. To emphasize it, antonymous lexemes are used.

Retrospection and prospection as the text categories serve similar functions. Retrospection is a text category uniting the forms of language expression which render a recipient to the previous content-factual information. Retrospection can be displayed in two ways: a) when the previous information has already been mentioned in the text; b) when the previous information necessary to make the events coherent is informed breaking a fluent narration, i. e. the transposition of temporal plans of narration occurs.

"Retrospection can be presented in the text in three ways depending on the pragmatic guideline in it: a) restore the previously given information in the reader's mind or tell a recipient the new one referring to the past and necessary for understanding the further narration; b) give a reader the opportunity to comprehend this information in new conditions, in the other context in a different way taking into account what has been narrated before the retrospective part; c) actualize separate parts of the text relevant to the content-factual information to some extent" [3, 18]. Consequently, the category of retrospection inevitably results in reevaluation of the information already received. Retrospection is especially effectively perceived while reading the text repeatedly. Practically every text is based on retrospection in some degree. Consecutive accumulation of the information is impossible without bearing in mind the one which has been received before.

It should be noted that Leo Tolstoy uses retrospection and prospection in all descriptive contexts: "*Vronsky is one of the sons of Count Kirill Ivanovitch Vronsky, and one of the finest specimens of the gilded youth of Petersburg. I made his acquaintance in Tver when I was there*

on official business, and he came there for the levy of recruits. Fearfully rich, handsome, great connections, an aide-de-camp, and with all that a very nice, good-natured fellow. But he's more than simply a good-natured fellow, as I've found out here – he's a cultivated man, too, and very intelligent; he's a man who'll make his mark." [9, p. 70]. In this description the toponym *in Tver*, conjunction *when* and adverb *there* point to the Stiva's past recollections and the lexeme *here* expresses the present day. And in this context, again, the past and future are closely connected which is expressed by the Future Tense. To Stiva's mind, Vronsky will succeed in all spheres of life because he has all the opportunities for it.

The value of the landscape in the given aspect is similar as well: *The sun was setting behind a thick forest, and in the glow of sunset the birch trees, dotted about in the aspen copse, stood out clearly with their hanging twigs, and their buds swollen almost to bursting. From the thickest parts of the copse, where the snow still remained, came the faint sound of narrow winding threads of water running away. Tiny birds twittered, and now and then fluttered from tree to tree. In the pauses of complete stillness there came the rustle of last year's leaves, stirred by the thawing of the earth and the growth of the grass* [9, p. 287]. The characters wandering the forest admire its beauty despite the sun declining to the horizon and the snow, and the last year's leaves. They hope for the best, their intentions and expectations correspond to the forthcoming future which is indicated by the lexemes *now* and *then*.

Moreover, retrospection is observed in the interior and portraits descriptions as well: *And this room, for which excuse was needed, was more full of luxury than any in which Dolly had ever stayed, a luxury that reminded her of the best hotels abroad* [9, p. 1074]. When Dolly comes to see Anna in her palazzo, she is very surprised with the luxury and interior. The lexeme *reminded* carries her to the past, the time when she travelled abroad. Her amazement is expressed by means of repetition of the noun *luxury* and hyperbole *ever*. Or the portrait description: *He had sketched this new pose, when all at once he recalled the face of a shopkeeper of whom he had bought cigars, a vigorous face with a prominent chin, and he sketched this very face, this chin on to the figure of the man* [9, p.821]. The artist Mihailov, while painting, tried to do his best to depict the person who had impressed him greatly. He painted from memory but imagined a little and was keen on finishing the portrait in the

way to never alter it. Thus, his thoughts and desires indicate the connection of retrospection and prospecting because he hopes to sell it for a good sum of money.

Conclusions. So, after doing the research of linguistic means of realization of continuum in the novel "Anna Karenina" by Leo Tolstoy we can draw the conclusion that it is frequently used in the descriptive contexts such as portrait, landscape and interior ones in the novel under consideration in the interaction with the other categories like retrospection and prospecting. However, it is necessary to mention that the categories of continuum and retrospection are realized and expressed by lexical and grammatical means while the category of prospecting is usually expressed in an implicit way.

ЛИТЕРАТУРА:

Бабенко 2003: Бабенко, Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика / Л. Г. Бабенко, М., Флинта: Наука, 2003, 496 с.

Валгина 2003: Валгина, Н. С. Теория текста: Учебное пособие / Н. С. Валгина, М., Логос, 2003, 280 с.

Гальперин 2004: Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 2-е / И.Р. Гальперин, М., Едиториал УРСС, 2004, 144 с. (Лингвистическое наследие XX века).

Селиванова 2000: Селиванова, Е. А. Когнитивная ономазиология: монография / Е. А. Селиванова, К., Фитосоциоцентр, 2000, с. 248

Синельникова 2003: Синельникова, Л. Н. Теория текста: аксиомы и версии / Л. Н. Синельникова, Вісник Луганського державного педагогічного університету ім. Т. Шевченка, №2 (58), 2003, с.7 – 15.

Спасова 1990: Спасова, Л. В. Синтаксическая организация и текстообразующая роль описательных контекстов в современной русской поэзии, Автореф., Киев. ун-т, К., 1990, с. 22.

Beaugrande 1981: Beaugrande, Robert de and Wolfgang U. Dressler, Introduction to Text Linguistics. Harlow: Longman, 1981, 270 pp.

Brown 1983: Brown, Gillian and George Yule, Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983, 302 pp.

Tolstoy, Leo. Anna Karenina <http://www.Free eBooks at Planet eBook.com>

REFERENCES

Babenko 2003: Babenko L.G. Lingvisticheskii analiz khudozhestvennogo teksta. Teoria i praktika / L.G. Babenko, M., Flinta: Nauka, 2003, 496 s.

Valgina 2003: Valgina N.S. Teoria teksta: Uchebnoe posobie / N.S. Valgina. M., Logos, 2003, 280 s.

Galperin 2004: Galperin I.R. Tekst kak object lingvisticheskogo issledovaniia. Izd. 2-e /I.R. Galperin, M., Editorial URSS, 2004, 144 s. (Lingvisticheskoe nasliedie XX vieka).

Selivanova 2000: Selivanova E.A. Kognitivnaia onomasiologia: monografia / E.A. Selivanova, K, Fitosociocentr, 2000, 248 s.

Sinelnikova 2003: Sinelnikova L.N. Teoria teksts: aksiomy i versii / L. N. Sinelnikova, Vistnyk Luganskogo derzhavnogo pedagogichnogo universytetu im. T. Shevchenka, 2003, №2 (58), s. 7 – 15.

Spasova 1990: Spasova L.V. Sintaksicheskaia organizacia I tekstoobrazuiuschaia rol opisatelnykh kontekstov v sovremennoi russkoi poezii: Avtoref., Kiev. un-t, K., 1990, 22 c.

Beaugrande 1981: Beaugrande, Robert de and Wolfgang U. Dressler, Introduction to Text Linguistics. Harlow: Longman, 1981, 270 pp.

Brown 1983: Brown, Gillian and George Yule, Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983, 302 pp.

Tolstoy, Leo. Anna Karenina <http://www.Free eBooks at Planet eBook.com>

**AUFFORDERUNGSMODALITÄT IM DEUTSCHEN UND BULGARISCHEN
(ANSATZPUNKTE FÜR EINE VERGLEICHENDE LINGUISTISCHE UNTERSUCHUNG)**

Dobrinka Toteva

**INDUCEMENT MODALITY WITHIN BULGARIAN AND GERMAN
(ATTEMPT AT COMPARATIVE LINGUISTIC ANALYSIS)**

Dobrinka Toteva

E-mail: d_toteva@yahoo.de

ABSTRACT

The frame of business communication in the sphere of tourism comprises activities orientated mostly towards inducement speech acts. The employed various means of expression from diverse stratification levels cooperate and reveal the same sub kind of inducement. The results of a comparative analysis of such means of expression in the students' native and the foreign languages can influence FLT planning and defining priorities to achieve communicative competence.

Key words: *comparative analyses, inducement modality, intention and expression, FLT, illocutionary act*

Der Fremdsprachenunterricht im universitären Bereich in den Fachrichtungen Tourismus und Gastgewerbe und in Weiterbildungskursen für Fachleute aus der Tourismusbranche ist auf Aneignung von Sprachfähigkeiten ausgerichtet, die den Erfolg einer berufsbezogenen Kommunikation mit Muttersprachlern gewährleisten soll. Es stellt sich aber heraus, dass in verschiedenen kommunikativen Situationen, die für diese Branche typisch sind, die Gesprächspartner ihre Sprechabsichten nicht immer adäquat zum Ausdruck bringen. Die Ursache dafür liegt nicht am Mangel an ausreichendem Grundsprachwissen, sondern viel mehr an der mangelhaften Kommunikations- und interkulturellen Kompetenz. Das Zusammenwirken von muttersprachlichen und fremdsprachlichen Vorkenntnissen und Aufbauwissen war der Ausgangspunkt zur Erforschung einer bestimmten Spracherscheinung im Deutschen und im Bulgarischen, die für die Sprechäußerungen im touristischen Kommunikationstypisch sind, nämlich des Gebrauchs von imperativen Sprachmitteln.

Als erstes wurden die Grenzen der Kommunikationssphäre des Tourismus, eine Art Kommunikationsrahmen festgelegt, weiter die Stilbeson-

derheiten und die vorherrschenden Sprechakte selektiert, die Ausdrucksmittel zur Verwirklichung der Sprechabsichten und deren Verteilung unter den einzelnen Aufforderungssubarten im Bulgarischen und Deutschen untersucht und verglichen.

1. Kommunikationsrahmen der Untersuchung und Stellenwert der Aufforderungsmodalität innerhalb der erforschten Sphäre

Die Hauptfunktionen der Tätigkeit der Reiseleiter und Touragenten als Repräsentanten der Fachleute im Tourismus ist auf die Vermittlung, Information und Vermarktung des touristischen Produkts, auf die Organisation und Kontrolle der Beziehungen in diesem Zusammenhang konzentriert. Die Eigenart der einzelnen Funktionen setzt nicht immer fremdsprachliche Äußerungen und Kommunikation voraus. Aber wenn man in Betracht zieht, dass die Gesamtheit der Funktionen auf die Werbung und Vermarktung abzielt, d. h. das Objekt der Kommunikation, das touristische Produkt, soll dem Gast auf eine attraktive Weise vorgestellt und dargeboten werden, so dass sie ihm so gut gefällt, dass er sie kauft oder

gebraucht. Also ist die Sprechabsicht auf eine effektive Werbung und Vermarktung orientiert. Die Sprachmittel, die dazu dienen, dass diese Absicht im Sprechakt eine sprachliche Gestalt bekommt, kann man zum Teil dem wissenschaftlichen und zum Teil dem direktiven (nichtwissenschaftlichen) Stil angliedern. Infolgedessen steht die Kommunikation der Reiseleiter den Fachsprachen nahe, aber weist auch einige Varianten der allgemeinen Umgangssprache und des direktiven Stils auf.

Die spezifische Sphäre der Geschäftskommunikation im Tourismus kennzeichnet sich durch ein hohes Niveau an Höflichkeit, durch eine vornehme Ausdrucksweise, die die Sprachnorm strikt berücksichtigt. Das ergibt sich aus den Beziehungen zwischen den Gesprächspartnern. Die Auswahl der sprachlichen Ausdrucksmittel soll sehr präzise getroffen werden, damit es zu keinen Missverständnissen kommt. Die emotionale Färbung hängt von der entsprechenden Situation ab und vom Niveau der sozialen Kommunikation. Grobheit, Taktlosigkeit und Mangel an Rücksicht sind völlig ausgeschlossen. Die Exaktheit des Ausdrucks wird keineswegs eingebüßt. Das wird durch eine vorsichtige und genaue, dem kommunikativen Ziel entsprechende Ausdrucksweise erzielt. Der Sprecher gebraucht eine Vielzahl an Spracherscheinungen, wobei die Ausdrucksmittel aus deren Varianten so selektiert werden, dass das kommunikative Ziel erreicht wird und eine erfolgreiche Kommunikation zustande kommt.

2. Untersuchungsquellen

Die in dieser kontrastiven Analyse untersuchten Aufforderungsstrukturen kommen nur in Dialogkontext vor, was die Orientierung auf Quellen aus der schöngeistigen Literatur im Sprachenpaar Bulgarisch und Deutsch rechtfertigt. Der Grund dafür Literaturquellen zu untersuchen war, dass sie die Dialogform am reichlichsten und vollständigsten repräsentieren. Die exzerpierten Beispiele stammen von Autoren aus der zweiten Hälfte des 20. Jh. und aus der Gegenwart nach 2000, also von solchen, deren Schriftweise am meisten den Kriterien zu einer heutzutage angemessenen Ausdrucksweise entsprechen. Alle Werke sind in der deutschen und in der bulgarischen Sprache herausgegeben, infolgedessen wurden offizielle Übersetzungen als Untersu-

chungsgrundlage herangezogen. Es wurden ganze Werke analysiert, da die funktional-semantische Charakteristik der Aufforderungsformen von dem kontextuellen und situativen Umfeld abhängt und weniger von der unmittelbaren Umgebung, deshalb wurden nicht nur die morpho-syntaktischen Merkmale untersucht, sondern auch der Einfluss der entsprechenden Situation und des Kontextes. Die Beispiele wurden gleichzeitig auf der morphologischen, syntaktischen, lexikalen und situativen (bzw. kontextuellen) Ebene analysiert, denn oft ergänzen sich Einheiten einer Stratifikationsebene durch welche aus einer anderen und wirken zusammen. Das entspricht auch der Voraussetzung, dass der semantische Inhalt, was im Mittelpunkt der Untersuchung steht, keine eigene Ebene besetzt, sondern alle übrigen durchdringt.

3. Aufforderungsmodalität aus der Sicht der Sprechakttheorie

Die kommunikative Modalität ist ein obligatorisches Element eines Satzes, eines Textes. Die Aufforderungsmodalität stellt ein Bereich der allgemeinen Modalität dar. [Gulyga, Schendels 1970: 312]

Nach der anerkannten Unterscheidung innerhalb der Modalität zwischen Realität und Irrealität gehört die Aufforderung zur irrealen Subkategorie. [vgl. Skibizki 1979: 38]

Bei der Deffinierung des Imperativs innerhalb der Sprachsysteme des Deutschen und Bulgarischen weist er die Merkmale „irreal“, „immer noch irreal“ und „was erfordert wird“ auf.

Zum Ausdruck der Aufforderungsmodalität dienen Mittel, die ein grammatisch-semantisches Feld konstituieren. Daran schließen sich noch intonatorische Verfahren (von Sommerfeldt „Intonationsmuster“ genannt) an. [Sommerfeldt, Starke 1984]

Die Aufforderung nimmt einen bedeutenden Platz in der Kommunikation ein. Wenn man bedenkt, dass in jeder sprachlichen Äußerung der Kommunikator zum Ziel hat, irgendwelche Reaktion bei dem Rezipienten hervorzurufen, kann man der Aufforderung einen sehr weiten Umfang zuschreiben. Der Sprecher äußert im Sprechakt seine Absicht und erwartet vom Hörer, dass er auf eine bestimmte Weise reagiert. Aus dieser

Sicht kann man jede Äußerung als relativ auffordernd deuten.

Uns interessiert aber eine engere, mehr konkrete Deffinierung der Aufforderung als ein Illokutionsakt, in dem man den Rezipienten zu einer bestimmten Aktion auffordert. Die erwartete Reaktion kann gleich genannt oder vom Kontext aus als selbstverständlich betrachtet werden, aber sie bleibt niemals hypothetisch in den Gedanken des Sprechers. Je nach der Eindeutigkeit und der Stärke der Aufforderung unterscheidet man die Arten davon, die von der vorsichtigen Bitte bis zum unmissverständlichen Verbot oder Befehl reichen.

4. Aufforderungssubarten und differenziale Merkmale zu deren Unterscheidung

Damit das Feld- vom Artbegriff unterschieden wird, wird weiter im Rahmen des Feldes der Begriff „Aufforderung“ und für die einzelnen Subarten deren eigenen Bezeichnung „Verbot“, „Warnung“, „Notwendigkeit“, „Aufgabe“, „Hinweis“, „Einladung“, „Vorschrift“, „Belehrung“, „Auftrag“, „Wunsch“, „Vermächtnis“, „Orientierung“, „Verabredung“, „Bitte“, „Empfehlung/Rat“, „Vorschlag/ Angebot“, „Mahnung/ Anregung“, „Aufruf/ Appell“, „Vermächtnis“, „Überredung“, „Erinnerung“, „Erlaubnis“, „Andeutung“, „Gebet“, „Fluch“ u. a. gebraucht.

Auf die Artenvielfalt wirkt sich nicht nur die kommunikative Absicht und deren formale Ausdruck, sondern auch andere Faktoren aus, die sich in objektive und pragmatische unterteilen lassen.

1. Die *objektiven* widerspiegeln die Verhältnisse unter den Partnern im Kommunikationsakt, die kommunikative Sphäre und den Stil, der für die entsprechende Sprachäußerung charakteristisch ist, die Umstände, unter denen der Sprechakt zustande kommt, die Möglichkeiten des Sprachsystems und die Einschränkungen der Sprachnorm.

2. Zu den *pragmatischen* zählen der soziale Status des Emitenten und des Rezipienten, ihr psychologischer Zustand, die individuelle Einschätzung der Erfüllbarkeit und des Nutzens von der Aufforderung u.a.m.

Diese Faktoren sind relevant bei der Definierung der differenzialen Merkmale (Seme) und bei der Unterscheidung der Aufforderungssubar-

ten. Die Seme sind von Bedeutung auch bei der Festlegung der Feldstruktur und im Netz der Oppositionen, die auf Grund der unterschiedlichen Bedeutungen in einer gegebenen Sprache entstehen. In unserer Untersuchungssphäre sind sie ein paar und haben einen sozio-lingualen komplexen Charakter.

In der Vielfalt von Aufforderungssubarten charakterisieren die differenzialen Merkmale, einerseits, die Teilnehmer am kommunikativen Akt und, andererseits, die Aufforderung selbst (das Denotat).

Dominant im Rahmen des Makrofeldes ist das Sem „Aufforderung“, die sich in der Verbindlichkeit der Aufforderung widerspiegelt. Die Opposition, die auf der Grundlage der Gegenüberstellung „Verbindlichkeit : Unverbindlichkeit“ entsteht, teilt die Aufforderungssubarten in zwei Gruppen folgenderweise:

Verbindlichkeit der Aufforderung	Nichtverbindlichkeit der Aufforderung
Befehl	Bitte
Verbot	Wunsch
Warnung	Rat/ Empfehlung
Notwendigkeit	Vorschlag
Aufgabe	Mahnung/ Anregung
Vorschrift	Einladung
Hinweis	Aufruf/ Appell
Belehrung	Vermächtnis
Auftrag	Gebet
(Orientierung)	Überredung
Verabredung	Erlaubnis
	Erinnerung
	Andeutung
	Fluch, Verwünschung

Der soziale Status der Gesprächspartner bestimmt nicht nur die Beziehungen unter ihnen, sondern auch die Realisierbarkeit einer bestimmten aufforderlichen Sprechabsicht. Z. B. ein Emitent mit einem niedrigeren Sozialstatus kann einem höhergestellten Rezipienten nicht befehlen, belehren oder Aufgaben stellen (dabei werden die nicht traditionelle Beeinflussung durch die Umstände und die Kontextrolle kaum berücksichtigt). Das zweite differenziale Sem „der soziale Status der Kommunikationspartner“ wird in drei Varianten geprägt: der Emitent hat einen höheren Status, der Rezipient ist höhergestellt und beide haben den gleichen Status (oder der Status ist im Moment des Sprechaktes unbekannt oder nicht von Bedeutung).

➤ Bei einer verbindlichen Aufforderung verteilen sich die Aufforderungsarten auf drei Gruppen (Mikrofelder) wie folgt:

① Emitent höhergestellt	② Rezepient höhergestellt	③ Emitent und Rezepient gleichgestellt
Befehl	Notwendigkeit	Verbot
Verbot	Verabredung	Warnung
Warnung		Notwendigkeit
Aufgabe/ Auftrag		Aufgabe
Vorschrift		Hinweis
Hinweis		Bestellung
Belehrung		Orientierung
Bestellung		Verabredung
Orientierung		
Verabredung		

➤ Bei einer unverbindlichen Aufforderung sieht die Verteilung folgendermaßen aus:

① Emitent höhergestellt	② Rezepient höhergestellt	③ Emitent und Rezepient gleichgestellt
Bitte	Bitte	Bitte
Wunsch	Wunsch	Wunsch
Empfehlung/ Rat	Vorschlag	Aufruf/ Appell
Aufruf/ Appell	(Andeutung)	Mahnung/ Anregung
Vermächtnis	(Erinnerung)	Vermächtnis
Gebet		Gebet
Mahnung/ Anregung		Überredung
Vorschlag		Erlaubnis
Erinnerung		(Erinnerung)
Andeutung		(Andeutung)
		Vorschlag
		Empfehlung/ Rat

Je nach der Abhängigkeit von der Situation (vom Kontext) kann die Aufforderung die Umstände berücksichtigen oder nicht. Trotz der Hypothetik einer solchen Annahme wird in diesem Artikel eine Aufteilung nach diesem Merkmal „abhängig : undabhängig“ vorgenommen.

➤ Bei einer verbindlichen Aufforderung

Abhängig von der Situation	Unabhängig von der Situation
Warnung	Befehl
Verabredung	Verbot
	Warnung
	Notwendigkeit
	Aufgabe
	Verabredung

➤ Bei einer unverbindlichen Aufforderung

Abhängig von der Situation	Unabhängig von der Situation
Bitte	Wunsch
Wunsch	Vorschlag
Anregung	Empfehlung
Erlaubnis	Appell
Erinnerung	Fluch
Empfehlung	
Andeutung	
Einladung	
Aufruf	
Überredung	

Zu den differenziellen Merkmale kann man auch das Verhältnis der Kommunizierenden zum Erfüllbarkeit der Aufforderung zählen, wenn der Emitent und der Rezepient gleicher oder unterschiedlicher Meinung sind. Dann spricht man von der sog. „beidseitiger Präferenz“, ein von Hindenlang benutzter Begriff [Hindenlang 2010: 58]. Der Einbezug des Sprechers in die Aufforderung spielt auch eine wichtige Rolle in der untersuchten Kommunikationssphäre, wobei er zu den pragmatischen Faktoren mit psycholinguistischen Charakter gezählt werden kann, die die Einstellung des Rezepienten in Bezug auf die Illokution beeinflussen.

5. Dominante Semen im grammatisch-semantischen Feld der Aufforderung

Eine sprachliche Äußerung hat einen spezifischen Charakter der Beeinflussung (seine Illokutionsfunktion) und Inhalt (sein propositionaler Inhalt), worauf sich der Charakter bezieht. Für die Kommunikationsteilnehmer ist die Tatsache von Bedeutung, dass ein und derselbe propositionale Inhalt unterschiedlich durch die Mittel einer gegebenen Sprache ausgedrückt werden kann. Die Wahl der Realisierungsform der kommunikativen Absicht ist sozial bedingt. Die Semen werden nicht auf Merkmale der Widerspiegelung der objektiven Wirklichkeit reduziert, sondern es entstehen neue Semen, die die Stellungnahme des Sprechers in Bezug auf das Gesagte, auf seine Stelle in Raum und Zeit, auf die spezifischen Bedingungen des kommunikativen Aktes (illokutive Bedingungen) ausdrücken. [vgl. Sandig 1986: 25]

Ein grammatisch-semantisches Feld wird durch das Sem eines vorhandenen grammatischen Mittels konstituiert. Der Imperativ ist dieses grammatische Mittel im Feld der Aufforderung. Er ist eine grammatische Kategorie, die das Zentrum, den Kern des Feldes einnimmt. Die grammatischen Kategorien umfassen Systeme von grammatischen Formen, die sich an Oppositionen beteiligen oder sich gegenseitig ergänzen. Darin sind die differenzialen Merkmale (die dominanten Semen) konzentriert, die völlig den Plan des Inhalts nicht nur der konkreten morphologischen Kategorie, sondern des ganzen Feldes widerspiegeln. Die distinktiven spezifischen Merkmale sammeln sich im Feldzentrum an und treten zur Peripherie vereinzelt auf, wo sie sich mit denen aus einer benachbarten Gruppe sprachlicher Erscheinungen (aus einem anderen grammatisch-semantischen Feld) kontaktieren.

Wenn wir das Sem wählen, das für das Feld am besten geeignet ist, muss man es immer vor den Augen haben, da es die dominante Rolle innerhalb des Semems spielt. Im Feld, das vom Imperativ konstituiert ist, ist das vorherrschende Sem die Aufforderung, was sich in der Verbindlichkeit der Illokution manifestiert.

Zu praktischen Zwecken ist die Konstituierung von Mikrofeldern ersten, zweiten, dritten ... *n*-ten Grades empfehlenswert, denn in jedem davon kann man eine bestimmte grammatische Kategorie, die das Feld bildet, und alle Möglichkeiten im Rahmen des Makrofeldes untersuchen [Sommerfeldt, Starke 1984: 24]. In den Mikrofeldern ist die Zusammenwirkung unter den einzelnen Ausdrucksmitteln wichtig. Sie agieren selten selbstständig und trotz der Regel von der Sprachökonomie signalisieren häufig lexikalische, grammatische und phonetische Mittel gleichzeitig ein und dieselbe (semantische) Bedeutung. Die Kombinierbarkeit unter ihnen führt zur Veränderung ihrer semantischen Charakteristik und drückt sich folgendermaßen aus:

- Sie steigert die Bedeutungsintensität beider Mittel;
- Dabei geht Teil der Bedeutung verloren;
- Es entsteht eine neue Bedeutungsvariante;
- Beide Bedeutungen gleichen sich an;
- Sie ergänzen sich gegenseitig vollständiger. [vgl. Gulyga, Schendels 1970: 311]

Bei der Gliederung des Makrofeldes der Aufforderung nehmen die dominanten Semen des

Imperativs, der es konstituiert hat, einen führenden Platz ein. Das erste und grundsätzliche Sem ist die „Aufforderung“, die sich im Grad der Verbindlichkeit manifestiert. Es bilden sich zwei Mikrofelder ersten Grades: der verbindlichen und der unverbindlichen Aufforderung. Zu jedem dieser Mikrofelder können sich Mikrofelder zweiten Grades auf der Grundlage des Sems „Direkte Wendung zum Gesprächspartner“ (ausgedrückt in der „Nennung/ Nichtnennung der Teilnehmer am kommunikativen Akt“) konstituieren. Es fungieren die Möglichkeiten, dass beide, nur der eine, der Rezipient, und weder der eine noch der andere von den Kommunizierenden genannt werden. [Gulyga, Schendels 1970: 148-169; Sommerfeldt, Starke 1984: 53-66]

Innerhalb der Mikrofelder ersten Grades mit dem dominanten Sem „Verbindlichkeit (1a)/ bzw. Unverbindlichkeit (1b) der Aufforderung“ bilden sich je drei Mikrofelder zweiten Grades:

1. Mit dem dominanten Sem „Nennung der beiden Kommunizierenden“ (2a)
2. Mit dem dominanten Sem „Nennung des Rezipienten“ (2b)
3. Mit dem dominanten Sem „Nichtnennung der Kommunizierenden“ (2c)

Ein Makrofeld zweiten Grades hat sein dominantes Sem, z. B. „Nennung der beiden Kommunizierenden“, aber ihm sind auch die Semen des Feldes ersten Grades und des ganzen Makrofeldes eigen, d. h. es besitzt auch die Semen „Verbindlichkeit der Aufforderung“ und „die gegenwärtig-zukünftige Perspektive“.

(1a), (2a)

BG¹

Той му заповяда да напусне стаята.

Предложих на Марта да отиде с брат си до болницата.

D

Ich befehle dir, die Aufgabe zu erfüllen.

Ich fordere dich auf, rechtzeitig aufzubrechen.

(1a), (2b)

BG

„Ай, господи, помагай, господи ...“ (Д. Талев)

„Ти отвори църквата, тъй аз ще се кача да бия камбаната ...“ (Д. Талев)

D

Jetzt schreibe!

Du legst dich sofort hin.

Dass ihr endlich aufhört.

¹ BG für Bulgarisch, D für Deutsch

(1a), (2c)

BG

„– Никакви други контакти. Една сантиментална връзка, нищо повече.“ (Б. Райнов)

„– Обстоятелствата го изискват ... Пак тук, разбрано нали?“ (Б. Райнов)

D

Nicht öffnen!

Ruhe!

Vorwärts!

Hiervon werden zwei Tabletten eingenommen.

Das letzte Sem, „die gegenwärtig-zukünftige Perspektive“ dominiert im ganzen Makrofeld, ist aber nicht bedeutungsunterscheidend, deshalb wird es nicht extra bei der Feldbeschreibung erwähnt, sondern nur im Rahmen des Makrofeldes.

Aus Platzgründen werden die Neutralisierungen in den Oppositionen, die innerhalb der Mikrofelder auftreten, nicht erörtert.

6. Schlussfolgerungen auf Grund des Vergleichs auf Systemebene

Die kontrastive Analyse kann unterschiedlich gestartet werden. In unserem Fall wurde zuerst untersucht, was für synonymische Mittel das Sprachsystem im Bulgarischen und Deutschen zur Verfügung stellt, damit die Aufforderungsmodalität ausgedrückt wird.

Im Zentrum des Feldes der Aufforderung steht offensichtlich der Imperativ/ повелително наклонение. Synonymisch zur Peripherie werden auf der morphologischen Ebene auch die anderen Modi Indikativ und Konjunktiv vertreten, von den Tempora Präsens, Futur I, seltener Perfekt und Futur II, sowie das Präteritum der Modalverben und сегашно време, бъдеще време, минало предварително време im Bulgarischen. Von den anderen Sprachmitteln treten noch im Deutschen die Gruppe der Modalverben auf, die im Bulgarischen nicht als separate Verbguppe fungieren, und weiter die spezifischen „da“-Konstruktionen im Bulgarischen. Von den Genera ist der Aktiv vorherrschend, aber auch das Passiv ist gebührend vertreten. (Im Bulgarischen gibt es einige Restriktionen im Bezug auf den Aspekt.) Die syntaktischen Mittel sind in beiden Sprachen von den Aussage-, Frage-, elliptischen und Nebensätzen vertreten. Die Nebensätze treten im Deutschen als selbstständige Auf-

forderungsform auf, während das im Bulgarischen ein Zeugnis niedriger Sprachkultur ist.

BG

Че да дойда (, щам си казал).

Infolgedessen liefert der Vergleich auf Systemebene keine ausreichenden Ergebnisse über den potenziellen Sprachgebrauch. Man muss die Einschränkungen bei der Realisierung des Systems ergründen.

Die Vielfalt der lexikalischen Ausdrucksmittel erschwert einen Vorvergleich. Immer noch sind die Ähnlichkeiten vorhanden und man kann sie bei den Modlaverben finden. Eine Ausnahme bildet das Verb „mora“, wo bei der Opposition „mora : може“ (persönlicher : unpersönlicher Gebrauch) über einige Restriktionen Schlüsse gezogen werden können. [Томова 1983: 428]

Im Bulgarischen trifft man nicht auf Infinitive im Aufforderungsgebrauch, was wenn auch stilistisch beschränkt eine Erscheinung in der deutschen Sprachnorm ist.

In den beiden Sprachen gebraucht man in Aufforderungssätzen Substantive, Adverbien, Interjektionen und Partikel, aber im Deutschen kommen auch adverbial gebrauchte Präpositionen in elliptischen Sätzen vor, was im Bulgarischen nicht vorzutreffen ist.

D

Auf!

Zu!

Die Ähnlichkeiten auf Systemebene existieren auch in der realen Sprachkommunikation in beiden Sprachen und das lässt sich nachvollziehen. Man sollte überprüfen, wie diese Parallelen in der Sprachpraxis zustandekommen. Das wurde mit Hilfe eines Übersetzungskorpus und einen Schritt weiter auf Grund einer Verifikation an Hand von Testen der rezeptiven und reproduktiven Fähigkeiten mit Nichtmuttersprachlern und Muttersprachlern in konkreten Berufssituationen untersucht. Auf diese Weise wurden die Bedingungen festgelegt, unter denen bestimmte Ausdrucksmittel in den beiden Sprachen äquivalent sind. Im Kontext lässt sich das Zusammenwirken unter den Aufforderungssubarten und die Ausdrucksmittel dazu ergründen.

Von den wenigen angegebenen Beispielen ist ersichtlich, dass die Ausdrucksmittel zur Aufforderung sehr mannigfaltig und semantisch gar nicht streng bedingt sind.

In der Vergleichsanalyse wurden die Parameter der Ausdrucksmittel für die einzelnen Auffor-

derungssubarten festgelegt, was sich in Perspektive auf eine Umstrukturierung im FU auswirken könnte. So würde man nicht nur die imperativen Formen lehren, sondern auch die Synonyme, die zur Realisierung der illokutiven Sprechabsichten bei den verschiedenen Aufforderungssubarten mehr geeignet sind.

Das löst das Problem mit den fehlerhaften Aussagen nicht, denn neben den Modalverben, dem Präsens und Futur I, dem Konjunktiv in den Aussage-, Frage- und elliptischen Sätzen bleibt der Imperativ in den Aufforderungssätzen das hauptsächlichste Ausdrucksmittel bei den meisten Aufforderungssubarten. Das ist eine Tatsache, die sowohl bei der Analyse des Übersetzungskorpus, als auch bei der Testverifikation festgestellt wurde.

6. Übersetzungskorpus. Wahlkriterien

Die Unterscheidung von Sprache als eine Gesamtheit von Wortschatz und Gebrauchsregeln und Rede als Realisierung der Sprache in der Kommunikation erfordert, dass sich die kontrastiven Untersuchungen nicht nur auf Systemebene oder auf Grund bereits vorhandener Sprachbeschreibungen beschränken. Während die Grammatikbücher das Sprachsystem, die Paradigmatik vorstellen, kann man eine Erscheinung in der schriftlichen und mündlichen Sprachrealisierung in ihrer vollständigen Mannigfaltigkeit erforschen. Bei der vergleichenden Analysen erfolgt das auf Grund eines Übersetzungskorpus, so dass sich die Untersuchung auch auf die Redeebene ausbreitet und die Thesen, die man auf Systemebene postuliert hat, verifiziert werden können. „Falls die Analyse nur auf Systemebene vorgenommen wird, besteht die Gefahr, dass man eine eingeschränkte und unvollständige Vision vom Untersuchungsobjekt bekommt.“ [ДАНЧЕВ 1978: 56]

Der Übersetzungskorpus stellt Beispiele aus Literaturquellen in einer Sprache, die in einer anderen übersetzt sind, und an Hand deren der Vergleich vorgenommen wird. Die exzerpierten Textsequenzen sind des öfteren aus Übersetzungen, die bereits veröffentlicht sind. Es bestehen natürlich auch andere Möglichkeiten, z. B. das Heranziehen von eigenen Übersetzungen oder von solchen, die von anderen Übersetzern mit bewährten Fähigkeiten extra dargeboten sind. Da sowohl die eine als auch die andere Variante su-

bjektiv gefärbt ist, trifft der Verfasser seine eigene Wahl. [vgl. Лингорска, 1978]

Man muss auch die Stilkennzeichen und die Äquivalenz der Übersetzungen berücksichtigen, da das Original und die Übersetzung zeitlich zusammenpassen sollen, damit sie nicht aus verschiedenen Entwicklungsetappen der Sprache stammen. Das spielt beim Vergleich der Spracherscheinungen eine Rolle, denn man kann in verschiedenen Epochen unterschiedliche Sprachmittel zum Ausdruck ein und desselben Sprachgehalts gebrauchen.

6.1. Methodologie bei der vergleichenden Analyse der Ausdrucksmittel der Aufforderung

Wenn man die Voraussetzungen zur Komparation bestimmt, werden die theoretischen Richtlinien und die Orientierung auf einen beschränkten Teil der angewandten Linguistik berücksichtigt. Obligatorische Voraussetzung für einen Vergleich ist das Vorhandensein von Ähnlichkeiten in den untersuchten Spracherscheinungen, von dem sog. *tercium comparationis*. Ohne seine Präsenz verwandelt sich der Vergleich in eine parallele Beschreibung von Spracherscheinungen und wäre sinnlos.

„Die Ähnlichkeiten sind nicht nur Voraussetzung sondern auch Ziel der wissenschaftlichen Analyse.“ [Петков 1978: 9] Da die angestrebte Untersuchung pragmatisch ausgerichtet war, wurde bei der Bestimmung des *tercium comparationis* die Notwendigkeit nicht nur von einem formalen sondern auch von einem inhaltlichen [Sternemann 1989: 76; Cosseriu 1970: 10] berücksichtigt.

„Bei den Spracheinheiten, bei denen die beiden Pläne vertreten sind, unabhängig von der möglichen Orientierung der Untersuchung auf den einen davon, soll man immer ein formales und ein inhaltliches *tercium comparationis* voraussetzen, wenn wir Ergebnisse über die Beziehung des Zusammenwirkens von Ziel- und Muttersprache im FU anstreben. [vgl. Петков 1978: 9]

Da das Interessensbereich des Autors dieses Artikels der Aufforderungsmodalität und ihren Ausdrucksformen galt, ist die vergleichende Analyse anfangs semasiologisch-onomasiologisch ausgefallen. Wenn man aber bedenkt, dass das Grundsem im funktional-semantischen Feld

des Imperativs/ повелительно наклонение die Aufforderung ist und unser Augenmerk auf deren Synonyme unter den Ausdrucksmitteln und weiter auf deren semantischen Präsentierung gerichtet wurde, kann man dann diese Analyse als onomasiologisch-semasiologisch mit einem formalen und inhaltlichen *tercium comparationis* betrachten. Folglich darf man annehmen, dass diese Untersuchung mindestens drei Dimensionen aufweist, die sich im Zusammenwirken der gedanklichen Inhalte und deren Projizierungen auf das System der Ausdrucksmittel, auf die Ausdrucksweise und auf die Sprachnorm bzw. deren Einschränkungen widerspiegeln.

Die gedanklichen Inhalte und die Ausdrucksmittel und die Interaktionen dazwischen umfassen spezifische Elemente aus dem Inhalts- und aus dem Ausdrucksplan (bzw. die Interaktionen zwischen beiden Plänen), wo der Zeichencharakter der Spracheinheiten als eine onomasiologische Widerspiegelung zum Vorschein kommt.

Eine volle Überlappung wäre möglich nur in dem Fall, wenn die Projizierungen des einen Plans auf den anderen zusammenfallen würden und das im onomasiologischen und semasiologischen Sinn, d. h. das Verhältnis wird als logische Projektion von Mengen aufeinander behandelt, wobei die Ausdrucksmittel zu ein und derselben Stratifikationsebene gehören müssen und nur diesen einen Inhalt in den verglichenen Sprachen verkörpern (wenn es noch einen gibt, so muss er in den beiden Sprachen gleichzeitig gleichermaßen vertreten sein). [vgl. Петков 1984, Haspelmath 2010]

Da keine semantische Metasprache und Kriterien zur Festlegung der Relevanz bei den inhaltlichen Merkmalen in den Systemen der untersuchten Sprachen vorhanden sind, werden einzelne zusammengefasste semantische Metasprachen herangezogen, die sich nur auf die untersuchte Erscheinung beziehen.

Es wurden die für das System relevanten Samen festgelegt, die das grammatisch-semantische Feld der Aufforderung konstituieren. Weiter sollten sie nach ihrem Stellenwert analysiert und der Beitrag der einzelnen Ausdrucksmittel bei den Samen und die Systemrestriktionen bei der Realisierung der potenziellen Möglichkeiten des Systems im Bulgarischen und Deutschen festgestellt werden.

Der unterschiedliche Gebrauch ein und desselben Ausdrucksmittels auf einer Sprachebene signalisiert verschiedene semantische Merkmale, d. h. darauf werden verschiedene Merkmale projiziert und diese Projizierungen können in den verglichenen Sprachen zusammenfallen oder nicht.

Eine Abstufung, Hierarchie in der Polysemie der Ausdrucksmittel (von den erst- zu zweitrangigen für jede Form mit der Unterscheidung vom semantischen Zentrum und Peripherie) je nach der Stufe, die sie auf der semantischen Scala einnehmen, ist eine Frage der Sprachsensibilität, der Intuitivität, die durch eine Strukturanalyse, durch Komponentenanalyse verifiziert werden kann. Sie ermöglicht die Aufdeckung der inner-sprachlichen Grundlagen der polysemischen Hierarchie, die auf einer unterschiedlichen Ausdrucksweise beruht und von den paradigmatischen Verhältnissen unter den Spracheinheiten bedingt ist.

Die eigenartigen Sprachverfahren zur Angliederung eines gedanklichen Inhalts konkreten Ausdrucksmitteln zeichnet die Ausdrucksweise aus. Man kann sie auch als den „Charakter des projektiven Verhältnisses zwischen dem Inhalts- und dem Ausdrucksplan“ bezeichnen. [vgl. Петков 1984]

„Die Theorie von den sprachlichen Oppositionen und den Markierungen deren Glieder dient als Grundlage zur Unterscheidung der einzelnen Ausdrucksweisen:

- durch eine semantische Opposition von Spracheinheiten aus ein und derselben Ebene auf Grund von gemeinsamen Regeln;
- durch transpositive Neutralisierung der Opposition;
- durch Generalisierung der Opposition;
- durch eine Kompensierung der Neutralisierung.“ [Петков 1984]

6.2. Gedankliche Inhalte im grammatisch-semantischen Feld der Aufforderung und deren Projizierungen auf den Ausdrucksplan

Die große Anzahl gedanklicher Inhalte im grammatisch-semantischen Feld der Aufforderung erschwert nicht so sehr die bloße Auflistung aller, sondern viel mehr ihre Angliederung einer bestimmten Sprachrealisierung (einer bestimmten Aufforderungssubart), im gegebenen Fall mit

dem Übersetzungskorpus kommt das oft vor. Die Determiniertheit einzelner Aufforderungssubarten von diesem oder jenem differenziellen Merkmal führt zu deren ungleichmäßigen Präsentation und infolgedessen zu einem bevorzugten Gebrauch einiger Subarten, wobei andere vernachlässigt werden. Das ist gerechtfertigt, da im Sprechakt und in der schriftlichen Kommunikation verhältnismäßig selten Losungen, Appelle und Verwünschungen vorkommen, sogar zeugt deren häufiger Gebrauch von einer niedrigen Sprach- und allgemeinen Kultur des Kommunikators.

Im Rahmen der untersuchten Übersetzungskorpus sind die Beispiele zu Aufforderung, Vorschlag, Bitte und Rat/ Empfehlung die zahlreichsten. Seltener treten Strukturen zum Ausdruck von Warnung, Wunsch, Aufgabe, Aufruf, Erinnerung vor. Noch seltener trifft man auf Beispiele zu Notwendigkeit, Belehrung, Vorschrift, Einladung, Hinweis, Verbot, Auftrag und Befehl. Einige Arten wie Verabredung, Orientierung, Verwünschung, Losung, Erlaubnis, Überredung und Andeutung werden äußerst selten gebraucht, so dass man annehmen könnte, dass entweder sie der schöngeistigen Literatur und deren Funktionalstil oder der schriftlichen Kommunikation im weiteren Sinne nicht eigen sind.

Die Häufigkeit, womit die einzelnen Aufforderungssubarten auftreten, könnte man als Kriterium festlegen, damit eine Hierarchie innerhalb des Feldes zusammengestellt wird, die aber kein Objekt dieser Untersuchung ist.

Die Projizierungen der gedanklichen Inhalte auf die sprachlichen Einheiten im Ausdrucksplan werden im Rahmen, der von den potenziellen Möglichkeiten des Systems in den beiden Sprachen (Bulgarisch und Deutsch) vorgegeben. Während einige Inhalte eine Vorliebe für konkrete Ausdrucksmittel zeigen, sind sie bei anderen nicht vorzufinden.

7. Weiterführende Auswirkung der vergleichenden Analyse von Sprachmitteln zum Ausdruck der Aufforderungsmodalität

Auf Grund der Ergebnisse des Vergleichs von Sprachmitteln zum Ausdruck der Aufforderungsmodalität kann man den Fremdsprachenunterricht mehr pragmatisch orientieren und dementsprechend neue Lehrpläne entwickeln. Man kann

die muttersprachliche kommunikative Kompetenz der Studenten erfolgreicher ausnutzen und auf diese Weise gezielt eine kommunikative und weiter eine landeskundliche fremdsprachliche Kompetenz anstreben.

Literaturverzeichnis

Данчев, А.: Съпоставително езиковедие, теория на превода и ЧЕО, в „*Съпоставително езиковедие*“ 1978, 1

Лингорска, Б.: По някои проблеми на корпуса, предназначен за съпоставителни изследвания, „*Съпоставително езиковедие*“, 1978, 4

Петков, П.: Опит за класификация на частните дисциплини в съпоставителното езиковедие, „*Съпоставително езиковедие*“, 1978, 1

Петков, П.: За характера на сходствата и различията при съпоставителното описание на езици с оглед на тяхната комуникативна функция, „*Съпоставително езиковедие*“, 1984, 6

Томова, К.: Личната и безлична форма на модалния глагол “мога” (Резултати от едно изследване), „*Български език*“ 1983, 5

Cosseriu, E.: Über Leistungen und Grenzen der konfrontativen Grammatik, Probleme der konfrontativen Grammatik, Düsseldorf, 1970

Gulyga, E., E. & U. Schendels: *DaF*, 1970/7

Haspelmath, M.: Comparative concepts and descriptive categories in crosslinguistic studies, *Language* September 2010, 663-687 (ResearchGate)

Hindenlang, G.: Einführung in die Sprechaktheorie. Sprechakte, Äußerungsformen, Sprechaktsequenzen, Germanistische Arbeitshefte, De Gruyter, 2010

Sandig, B.: Stilistik der deutschen Sprache, Walter de Gruyter, Berlin - New York, 1986

Skibizki, B.: Zur Aufforderungsmodalität und ihren Subtypen, *ZS/ZISW*, Reihe A, H. 57, Berlin 1979

Sommerfeldt, K.-E., G. Starke u. a.: Sprache der Gegenwart, Leipzig 1984

Sternemann, R. u.a.: Einführung in die konfrontativen Linguistik, Akademie Verlag 1989

ЗА КОМПЕТЕНТНОСТИТЕ И ХУМОРНАТА КОМПЕТЕНТНОСТ ПРИ ВЛАДЕЕНЕТО НА ЧУЖД ЕЗИК

Иван Соколов

ON COMPETENCES AND HUMOUR COMPETENCE IN FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY

Ivan Sokolov

E-mail: mail.sokolov@gmail.com

ABSTRACT

The paper presents an outline of some of the major views of linguistic and communicative competences and their relation to the so-called humour competence, as defined in the Semantic Script Theory of Humour and the General Theory of Verbal Humour. It also analyses the extent to which humour is included in the list of specific competences and skill descriptors in the Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment (CEFR).

Key words: *humour competence, communicative competences, foreign language proficiency, CEFR, pedagogy*

ВЪВЕДЕНИЕ

Един от приоритетите на Европейската езикова политика е насърчаване на многоезичието и хармонизиране на търсенето и предлагането на езици. Целта е защита и развитие на европейското езиково и културно многообразие и стимулиране на изучаването на различни европейски езици в качеството им на чужди, така че да се постигне владеење на няколко чужди езика – минимум два чужди на определено ниво, освен майчиния. Процесът на изучаване на чужд език не е ограничен във времето, а продължава през целия живот на човека. Оценяването на владеењето на даден чужд език се основава на общоевропейска система за оценяване – Обща европейска езикова рамка: учене, преподаване, оценяване (ОЕЕР) (Council of Europe 2001; North 2014), а ключовите компетентности за учене през целия живот са дефинирани в Референтната рамка на Препоръка на Европейския парламент и Европейския съвет от декември 2006 г. (Recommendation 2006/962/EC).

И в двата документа се определя основно място на понятията „компетентност“ и съответно – „комуникативна компетентност“. Често обаче те се употребяват с различно значение и включват различно съдържание. Настоящата статия прави кратък преглед на

основните мнения по въпроса, а също разглежда понятието „хуморна компетентност“, което може да се счита като част от комуникативната компетентност. Направен е анализ на ОЕЕР с цел да се установи дали и доколко разбирането и/или използването на хумор в общуването на чужд език са включени в този документ като специфични умения и на какво ниво на владеење на езика.

КОМПЕТЕНТНОСТ

Терминът „компетентност“ произлиза от сегашното причастие *competent* на латинския глагол *compeo*, със значение „способен на нещо“. В съвременния език терминът се използва с твърде разнородни значения, понякога доста сходни с тези на други термини, и „продължава да бъде една от най-дифузните категории както в сектора за развитие на мениджмънта, така и в науките за образованието“ (Радев 2013: 178). Според същия автор той може да означава: 1. Един от елементите на учебното съдържание. 2. Мярка за учебно постижение. 3. Способността да се отговори на сложни изисквания чрез използване и мобилизация на психосоциални ресурси (включително умения и нагласи) в определен контекст. 4. Способността да се прилагат адекватно резултатите от обучението според конте-

кста. 5. Специализирани познания, необходими за извършване на определена работа.

В семиотиката под „компетентност“ се разбира притежанието на такива качества, които правят възможно изпълнението на определена задача. Тези качества са известни като модалности и първите, от които се нуждае субектът, са: (а) желание за извършване (фр. *vouloir faire*) и/или (б) необходимост за извършване (фр. *devoir faire*). Всяко действие предполага желание и/или нужда да бъде извършено. Субект, който има едно или и двете горни качества, се нарича „виртуален субект“. За да се „актуализира“ и да бъде напълно компетентен, той трябва да притежава и способността да действа. Следователно, той трябва да притежава поне една и от следните модалности: (а) способност за извършване (фр. *pouvoir faire*) и/или (б) знание как да извърши нещо (фр. *savoir faire*). С други думи, извършването на дейността предполага желание за извършване (или необходимост за това), както и способност за извършване (и/или знание как да стане това) (Martin and Ringham 2000: 38).

В Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот се прави ясно разграничение между „квалификация“, „знания“, „умения“ и „компетентност“. Последните две са от особено значение, тъй като често съществува неяснота или объркване на тези понятия. „Умения“ означава способност за прилагане на знанията и използване на ноу-хау при изпълнение на задачи и решаване на проблеми. В контекста на Европейската квалификационна рамка уменията се описват като познавателни (включващи прилагане на логическо, интуитивно и творческо мислене) и практически (включващи сръчност и употреба на методи, материали, уреди и инструменти). „Компетентност“ означава доказана способност за използване на знания, умения и личностни, социални и/или методологични дадености в работни или учебни ситуации и в професионално и лично развитие. В контекста на Европейската квалификационна рамка способностите се описват с оглед степента на поемане на отговорност и самостоятелност (Европейски общности 2009: 11).

ЕЗИКОВА КОМПЕТЕНТНОСТ

Терминът „езикова компетентност“ е въведен от американския лингвист Ноъм Чомски (Chomsky 1957, Chomsky 1965), чиято транс-

формационно-генеративна граматика оказва огромно влияние както върху по-нататъшното развитие на лингвистиката, така и върху теориите и методите за преподаване и изучаване на чужд език. Според Чомски езикът е индивидуална кодова система, която съществува във всеки един от носителите му. Носителите на езика притежават т. нар. ментална граматика, която представлява несъзнателно познание за правилата и принципите, които са в основата на уменията им да говорят и разбират този език. Тя е различна от съзнателното знание, което получаваме, когато изучаваме граматиката. Носителите на езика придобиват своето несъзнателно познание в детството си, когато са в съответната езикова среда, т.е. те получават способността да комуникират на родния си език, без да трябва да изучават съзнателно неговата граматика.

От ключово значение за разбиране на теорията на Чомски е разликата между „езикова компетентност“ (англ. *linguistic competence*) и „езикова изява“ (англ. *linguistic performance*). Първата е интуитивното знание на носителите на езика за този език, за езиковата му система, включително за езиковите единици и правилата за тяхното комбиниране. Въз основа на своята компетентност например, те са в състояние да определят изречението *Colourless green ideas sleep furiously* (Безцветните зелени идеи спят яростно), макар и безсмислено, за граматически правилно, а изречението **Furiously sleep ideas green colourless* (*Яростно спят идеи зелени безцветни) за несъответстващо на граматичните правила на английския език. Езиковата изява е реалната употреба на езика от носителите на езика в процесите на общуване, т.е. тя е реализацията на компетентността в конкретни ситуации.

Според Чомски информацията за езиковата компетентност, за знанието на езика, „както повечето интересоващи ни или важни факти, нито подлежи на директно наблюдение, нито може да бъде извлечена на базата на данни чрез известните ни индуктивни процедури.“ (Chomsky 1965: 18-19).

Езиковата компетентност може условно да бъде разделена на активна и пасивна, като това са две страни на едно и също явление. Активната езикова компетентност представлява уменията да се създава речеви изказ (писмен или устен), съответстващ на правилата на езика. Уменията в тези две форми, създаването на устна и писмена реч, не винаги вървят паралелно – понякога първото може да

е по-развито от второто. Пасивната езикова компетентност се изразява в уменията да се възприема речта на езика, отново в устна или писмена форма. Пасивната компетентност по даден език лесно може да премине в активно владение на този език при благоприятни условия и достатъчна мотивация, например при посещение на братовчеди, които говорят един единствен език (Chomsky 1965: 47).

Трябва да се отбележи, че още от началото на съществуването си теорията на Чомски е подложена на множество доработки и допълнения, включително и от самия него, а също и на критици. Редица лингвисти смятат, че компетентността трябва да включва например и знания как да се използват изреченията в контекст, тъй като тези знания може да повлияят на формата на изреченията (например тяхната интонация) и съответно на тяхното интерпретиране. Тези разработки намират логическо продължение във възгледите за комуникативната компетентност.

КОМУНИКАТИВНА КОМПЕТЕНТНОСТ

Комуникативна компетентност е термин, въведен и дефиниран първоначално от Хаймс (Hymes 1972), и е в основата на обучението по чужди езици според цитираните по-горе документи на Европейските общности и Съвета на Европа. Трябва да се отбележи, че още от възникването си терминът е използван с различно значение и все още няма единомислие относно неговото съдържание. За Хаймс например „комуникативна компетентност“ е не само присъщата граматическа компетентност, но и способността тя да се използва в разнообразни комуникативни ситуации, т.е. той въвежда социолингвистическа перспектива в определението.

За Канал и Суейн (Canale and Swain 1980, 1981) комуникативната компетентност е базисната система от знания и умения, нужни за комуникация. Знанията са съзнателното или несъзнателно познание на индивида относно езика и различни аспекти на употребата му. Знанията биват три вида: за фундаменталните граматически принципи, за това как да се използва езикът в социален контекст с цел изпълнението на дадени комуникативни функции и за това как да се съчетават изказът и комуникативните функции в съответствие с принципите на дискурса. Уменията се отнасят до това как индивидът може да използва знанията си в реална комуникация.

Съответно, техният теоретичен модел съдържа три основни компонента или области на знание: граматична, социолингвистична и стратегическа компетентност. По-късно, чрез прехвърляне на някои елементи от стратегическата компетентност, е добавен и четвърти компонент – дискурсна компетентност.

Общата европейска езикова рамка (Council of Europe 2001; North 2014) разглежда компетентностите, които са нужни на индивида да комуникира изобщо и следователно не винаги са тясно свързани с езика. Прави се разграничение между общи и комуникативни компетентности, както и се очертават връзките между двете.

Общите компетентности включват (1) декларативни знания (фр. *savoir*), т.е. знания, придобити от опит (емпирични знания) и от по-формално образование (академични знания), чиито компоненти са знанията за света, социокултурните знания и интеркултурното познание; (2) умения и *noy-хau* (фр. *savoir-faire*), които зависят повече от способността да се извърши дадена дейност, отколкото от декларативните знания и чиито компоненти са практическите умения (социалните умения, житейските умения, трудовите и професионални умения и уменията да се почива) и интеркултурните умения; (3) „екзистенциална“ компетентност (фр. *savoir-être*), която може да се разглежда като сбор от индивидуалните черти, личностните качества и отношения във връзка с, например, собствения образ и мнението за другите, както и желанието да се ангажираме с други хора в социално общуване; (4) способността за учене (фр. *savoir-apprendre*), която може да се разгледа като „да знаем как или да бъдем отворени да откриваме ‘другостта’ – без значение дали другият е чужд език, друга култура, други хора или други области на познанието“, и включва езикови и комуникативни познания, общи фонетични познания и умения, умения за учене и евристични умения.

Комуникативните езикови компетентности са специфично свързани с езика и езиковото общуване и включват три основни области: езикова, социолингвистична и прагматична компетентност. Всяка от тези области е дефинирана като знания за нейното съдържание и способността да се прилагат тези знания.

Най-общо, езиковата (или лингвистична) компетентност се отнася до знанията и способността да се прилагат езикови ресурси за формулиране на добре структурирани, смис-

лени съобщения. Тя съдържа следните компетентности: лексикална, граматическа, семантична, фонологическа, ортографична и ортоепична.

Социолингвистичната компетентност се отнася до притежаването на знания и умения за подходяща употреба на езика в даден социален контекст. Тя включва езикови маркери за социални връзки, правила за учтивост, устойчиви словосъчетания, отразяващи народна мъдрост, разлики по отношение на стил, диалекти и акцент.

Прагматична компетентност се отнася до знанията за принципите, които се следват, така че съобщенията да се организират и структурират (дискурсна компетентност), да се използват за изпълнението на комуникативни функции (функционална компетентност) и да се подреждат според интерактивни и транзакционни схеми (проектна или планираща компетентност).

Съдържанието на всяка от тези области и подобласти на комуникативната компетентност е детайлно описано. Например, прагматичната компетентност, която, както бе посочено по-горе, е отговорна за функционалната употреба на езикови ресурси (продукция на езикови функции и речеви актове), също се отнася и до умелата употреба на даден дискурс, кохезията и кохерентността, както и до разпознаването на текстови тип и форма, ирония и пародия, спазването на четирите максими на „принципа на сътрудничество“ (Grice 1975) и т.н.

Това дава възможност да бъдат предложени градиранни дескриптори за различните аспекти на трите области на комуникативната компетентност, които да служат за ориентири както при овладяване на чужд език, така и при оценка на нивото на владеещото му. Дескрипторите описват общите и специфични знания и умения на всяко равнище в ОЕЕР (Съществуват шест равнища: А1 (начално); А2 (основно или равнище на оцеляване); В1 (прагово); В2 (средно или равнище на независим ползвател на езика); С1 (напреднало); и С2 (свободно владееене), като понякога се добавят и още три междинни равнища – А2+, В1+ и В2+). Поради тази причина, те започват обикновено с „може да...“, например „може да прави ясни, детайлни описания на широк кръг обекти, свързани с неговата или нейната сфера на интереси“, или „мога да...“, когато се използват за самооценка.

Трябва да се има предвид обаче, че компетентността никога не може да бъде оценена директно. Единственото, което ни се предоставя, е редица от изяви, от които трябва да се опитаме да обобщим нивото на владееене на езика, което може да се разглежда като приведена в употреба компетентност. В този смисъл, следователно, всички тестове оценяват само изявата, въпреки че може да опитаме да направим изводи за съответните компетентности от тези доказателства (Council of Europe 2001: 187).

Освен това, определени аспекти на комуникативната компетентност не се поддават на дефиниране на всяко едно от равнищата в ОЕЕР. Например, не съществуват дескриптори за равнища А1 и А2 в скалите за Писане на доклади и есета или Водене на бележки, защото не се очаква притежаването на такива умения на тези равнища, както и за Представяне на аргументи в монологична реч (напр. при дебат) за равнища А1, А2, С1 и С2, вероятно защото това е над нивото на владееене на езика за първите две и под съответното ниво за вторите две равнища.

Конкретното формулиране на дескрипторите за комуникативна компетентност е широко обсъждана тема, дори още преди изработването на ОЕЕР. Понастоящем се смята, че те трябва да отговарят на следните качества: позитивност на формулировката, конкретност, яснота, краткост и независимост един от друг.

Ценна разработка са дескрипторите на Асоциацията на езиковите изпитни организации в Европа (Association of Language Testers in Europe, или съкр. ALTE) и Европейската асоциация за качествени езикови услуги (EAQUALS), които успешно допълват тези на ОЕЕР и намират все по-голямо приложение при оценяването на различни аспекти на комуникативната компетентност. През настоящата 2015 г. издателство Пиърсън Лонгмън (Pearson Longman) също даде ход на проект за осъвременяване на дескрипторите за възрастни ползватели на езика.

ХУМОРНА КОМПЕТЕНТНОСТ

Терминът „хуморна компетентност“ (англ. *humour competence*) е предложен от Раскин (Raskin 1985: 51) и означава „способността на носителите на езика да правят преценка относно смешността на даден текст“ (Раскин разглежда само вербалния хумор). Всъщност,

Раскин прилага модела на „езиковата компетентност“ Чомски и неговата трансформационно-генеративна граматика, твърдейки, че така както човек може да прецени дали дадено изречение е граматически правилно, той може да прецени и дали даден виц е смешен, или не. Хуморната компетентност е присъща на всеки човек – всеки има способността да се наслаждава и оценява хумора, въпреки че често за различните хора едни и същи неща не са еднакво смешни. Това, което може да накара едни да се пръснат от смях, за други може да е глупаво или дори обидно. За последните може да се твърди, че нямат „чувство за хумор“, но за Раскин това е по-скоро количествена, отколкото качествена преценка. Всеки притежава „хуморна компетентност“, просто тяхната „хуморна изява“ (англ. *humour performance*) е различна. Има хора, за които сравнително малко неща са смешни, а има и такива, които много по-често откликват на смешното (Raskin 1985: 13).

Следователно, твърди Раскин, възможно е да се разработи формална лингвистична теория, която да моделира компетентността на носителя на езика по отношение на хумора. Създадената от него Семантично-скриптова теория за хумора (англ. *Semantic Script Theory of Humor*) е първата лингвистична теория за хумора и оказва сериозно влияние върху понататъшните изследвания на езиковия хумор.

Теорията за хумора на Раскин е изградена върху два основни компонента – лексикон от скриптове и комбинаторни правила. Скриптът е организиран към информация за нещо в най-общ смисъл, когнитивна структура, възприета от носителя на езика, която му дава информация как се вършат нещата, как са организирани и т.н. Тази информация обикновено е типична, като например установени практики или обичайни начини да вършим нещо или да подходим към дадено действие.

Скриптовете са два основни вида – лексикални и нелексикални. Лексикалните дават информация, отнасяща се до думите (лексикално знание), а нелексикалните – отнасяща се до света (енциклопедично знание). За да илюстрира тяхната връзка, Раскин предлага диаграма, съставена от четири концентрични окръжности (Raskin 1985: 135). Централната окръжност показва езиковите скриптове, т.е. тези, които всеки носител на езика трябва да знае, просто защото е носител на езика. Външните окръжности представляват неезиковите скриптове по ред на достъпност за носите-

лите на езика. Най-близо до езиковите скриптове са тези за общи знания, които са дефинирани като скриптове, общоизвестни на носителите на езика, но които не влияят директно на това как те употребяват езика (напр. Германия е в Европа). Следващата окръжност означава скриптовете за ограничени знания, т.е. такива, които са известни на неголям кръг от хора, защото те са специалисти в дадена област, членове на дадена група, част от обществото и т.н. (напр. структурната формула на нишестето). Последната окръжност е за индивидуалните скриптове – тези, които показват вероятно уникални знания за индивида (напр. какво сънувах снощи).

Когато се представят на графиката, всяка точка (=скрипт) е свързана с други точки чрез връзки, които определят вида на свързаността, напр. синонимна, хипонимна, инструментална и др., и са отговорни за появата на конотация. Скриптът е определена област от тази графика, с определен обхват и включващ няколко лексикални единици и връзките между тях.

Вторият елемент в семантичната теория на Раскин са комбинаторните правила, които се използват, за да „комбинират скриптовете, породени от думите на изречението в една, ако са недвусмислени, или повече, ако са двусмислени, съвместими комбинации,“ които определят семантичната интерпретация (Raskin 1985: 86).

Така даден текст може да бъде охарактеризиран като виц, „ако са изпълнени едновременно следните две условия: (1) текстът е съвместим напълно или отчасти с два различни скрипта; и (2) двата различни скрипта, с които текстът е съвместим, са противоположни. Двата скрипта, с които текстът е съвместим напълно или отчасти се припокриват в този текст.“ (Raskin 1985: 99). Това означава, че ако един текст има две „значения“, които са противоположни и в същото време и двете съвместими с „прочита“ на текста, а също се припокриват напълно или отчасти, текстът се възприема като виц (хумор). Противоположността на скриптовете е въпрос на ситуационна, контекстуална или локална антонимия, следователно тя може да бъде определена и уловена от комбинаторните правила в семантичните връзки.

Атардо (Attardo 1994) възприема възгледите на Раскин, с когото съвместно създават Общата теория за вербалния хумор (англ. *General Theory of Verbal Humor*) (Attardo and

Raskin 1991). Докато Семантично-скриптовата теория е семантична теория, Общата теория е широка лингвистична теория за хумора, т.е. тя включва и други области от лингвистиката, най-вече текстовата лингвистика, теорията за наративността и прагматиката. Широтата се постига чрез въвеждането на т.нар. познавателни ресурси (англ. *knowledge resources*): скриптова опозиция (англ. *script opposition*), която в общи линии съответства на изложеното в Семантично-скриптовата теория; логически механизъм (англ. *logical mechanism*), който съответства на начина, по който двете значения във вица са съчетани; мишена (англ. *target*), т.е. това, над което се присмиваме (може да е нулева категория); наративна стратегия (англ. *narrative strategy*), т.е. използваният жанр; език (англ. *language*), който е „всеки избор на фонетично, фонологично, морфофонемично, морфологично, лексикално, синтактично, семантично и прагматично ниво на езика“, отговорен за разположението на функционалните елементи, съставляващи текста (Attardo and Raskin 1991: 223); и ситуация (англ. *situation*) за какво е вицът, кои са участниците и т.н.

В по-късна статия обаче (Attardo 2001) Атардо заявява, че „трябва да се прави разлика между хуморна компетентност, която съответства на способността да се разпознава и разбира хумор, и хуморна изява, която е способността/желанието да го оценим (и вероятно да се съгласим с него)“. За него „хуморната компетентност е способността на носителя на езика да анализира семантично даден текст и да намери в неговите компоненти такава група от връзки, чрез която той или тя да идентифицира текста (или част от него) като хуморен в една идеална ситуация“, а „обратно, хуморната изява е действителната среща на двама носители на езика (без да е задължително те да присъстват физически) на дадено място и в дадено време, т.е. в даден контекст. При най-простата ѝ прототипна форма носител А казва нещо, а носител В анализира текста (който А е казал) и, след като разбира хумора, реагира със смях“ (Attardo 2001: 167).

В Общата европейска езикова рамка хуморната компетентност не съществува като отделен термин. Хуморът обаче е изброен като един от факторите, свързани с ценностите, вярванията и отношенията, които са част от социокултурните знания, които от своя страна са елемент на общите компетентности (Council of Europe 2001: 103). Що се отнася до

комуникативните компетентности, единствената връзка с хумора може да се намери в знанията за условностите на общността за структурирането на текстове като истории, анекдоти, вицове и др., които са част от дискурсната компетентност (способността да се подреждат изречения в такава последователност, че да се създаде кохерентен езиков обем) (Council of Europe 2001: 123).

Употребата на хумор обаче се среща сред дескрипторите за равнище на владеене на езика в три области. За области Разговор и Подходяща социолингвистична употреба владеещият езика на ниво С1, например, може да „използва езика гъвкаво и ефективно за социални цели, включително с емоционална, алюзивна и шеговита употреба“ (Council of Europe 2001: 76, 122). За област Писмена кореспонденция на нива С1 и С2 той или тя може да се изразява с яснота и точност в лична кореспонденция, използвайки езика гъвкаво и ефективно за социални цели, включително с емоционална, алюзивна и шеговита употреба“ (Council of Europe 2001: 83). Както може да се забележи, използването на хумор се третира като нещо, което изисква високо равнище на владеене на езика. Странно е обаче, че хуморът се споменава само сред продуктивните езикови умения (писане и говорене), но не и сред рецептивните (четене и слушане). Вторите изискват разбирането на съответно писмен и устен текст, а първите – създаване на такъв, което е сравнително по-трудно и предполага известно творческо мислене, особено за високите равнища.

Донякъде подобно е виждането и в скалата на Асоциацията на езиковите изпитни организации в Европа (ALTE) (Council of Europe 2001: 256). Там способността да се разбират „вицове, разговорни подхвърляния и културни алюзии“ е включена в най-високото, Пето равнище на общата скала за слушане и говорене за образователни цели.

КОМЕНТАРИ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Както може да се види, не съществува еднозначност при използването на термините „компетентност“, „езикова компетентност“ и „комуникативна компетентност“ от различни автори и в различни документи. В тях често се влага различно съдържание или се разглеждат от различни гледни точки. Още по-сложно става положението, когато се опитаме да установим мястото на хумора или хумор-

ната компетентност като специфична компетентност или част от езиковата или комуникативна компетентност на носителя на езика.

Раскин например свързва хуморната компетентност със забавното, а според Атардо тя е аналогична или дори част от семантичната компетентност. И при двамата обаче тя до голяма степен следва модела на лингвистичната компетентност на Чомски.

Проблемът донякъде се дължи на факта, че хуморът не е само или задължително езиково явление. Поради тази причина той се изучава и от психолози, социолози, физиолози, антрополози и т.н., като всеки внася своето разбиране за неговата същност и, макар и допринасяйки към общата картина, прави невъзможно формулирането на едно единно определение. Лесно можем да се уверим в това, като отворим няколко речника и сравним дефинициите за „хумор“ и други думи от същата семантична област, например комично, шега, виц, насмешка, анекдот, ирония, каламбур, остроумие и т.н. Още по-труден е понякога преводът на тези думи от един език в друг поради липсата на точно семантично съответствие. Например, англ. дума *joke* може да означава на български виц, забавна история, но също и шега, майтап.

Друг проблем е, че хуморната компетентност (както всяка компетентност) не може да бъде директно оценена – тя се оценява по своята изява. Всеки човек притежава хуморна компетентност, т.е. способността да прецени дали дадено нещо е смешно или не, но изявата на тази компетентност може да е различна и тя зависи от чувството за хумор, което е индивидуално – не всеки намира едни и същи неща за еднакво смешни. На оценката на хумора влияят и различни други фактори, като възраст, пол, социален статус, религиозна и етническа принадлежност, култура и др.

Неразбирането на разликите между рецептивни и продуктивни езикови умения във връзка с хумора също може да доведе до някои неправилни предположения, както е видно от съдържанието на някои дескриптори в скалите на ОЕЕР. Що се отнася до владенето на чужд език, всеки има компетентността (или способността) да прецени дали даден устен или писмен текст е смешен, т.е. съдържа хумор, на съответното равнище на владене на езика. С други думи, разбирането на хумор на чужд език може и трябва да бъде включено в дескрипторите за рецептивните умения за съответните нива.

Съвсем по друг начин стои въпросът с продуктивните умения. Едно от говорните подумения е това да се разказват вицове или анекдоти (т. нар. *canned jokes*). То може да бъде демонстрирано обаче дори на сравнително ниско равнище на владене на чуждия език – достатъчно е да се научи наизуст съответният виц или анекдот. Както отбелязва Генова (Genova 2011: 9), трябва да се прави разлика между това да си добър разказвач на вицове и да притежаваш чувство за хумор. Добрият разказвач има чувство за хумор, както и способността да разказва вицове. Но разказвачите не трябва да се гордеят прекалено много със себе си, защото съществува и по-висше хуморно умение от това да разказваш вицове – умението да ги пишеш или създаваш, а малцина разказвачи са способни на това. С други думи, съзнателното създаване на хумор е вид творческа дейност, която често излиза извън рамките на обикновеното езиково общуване.

В заключение, необходими са по-нататъшни изследвания както във връзка със същността и мястото на хуморната компетентност като част от общите и комуникативни компетентности на носителите на езика, така и на методите тя да бъде развивана като важна част от езиковите знания и умения на изучаващите чужд език.

ЛИТЕРАТУРА

Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic Theories of Humor*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.

Attardo Salvatore. 2001. Humor and Irony in Interaction: From Mode Adoption to Failure of Detection. In L. Anolli, R. Ciceri and G. Riva (eds.). *Say Not to Say: New Perspectives on Miscommunication*. Amsterdam: IOS Press.

Attardo, Salvatore and Victor Raskin. 1991. Script Theory Revis(it)ed: Joke Similarity and Joke Representation Model. *Humor*. 4:3-4. 293-347.

Canale, Michael & Merrill Swain. 1980. Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing. *Applied Linguistics*, 1, 1-47.

Canale, Michael & Merrill Swain. 1981. A Theoretical Framework for Communicative Competence. In A. Palmer, P. Groot & G. Trosper (eds.). *The Construct Validation of Test of Communicative Competence*. Washington, D.C.: TESOL. 31-36.

- Chomsky, Noam. 1957. *Syntactic Structures*. The Hague/Paris: Mouton.
- Chomsky, Noam. 1965. *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge, MA: M.I.T. Press.
- Council of Europe. 2001. *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*. Strasbourg: Language Policy Unit (Available from: http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf).
- Genova, Dafina. 2011. *Studying Humor Seriously*. [no place]: Faber Publishers.
- Grice, H. Paul. 1975. Logic and conversation. In Peter Cole and Jerry Morgan (eds.) *Syntax and Semantics*. Vol. 3. *Speech Acts*. New York: Academic. 41-58.
- Hymes, Dell H. 1972. On Communicative Competence. In: J.B. Pride and J. Holmes (eds.). *Sociolinguistics*. Harmondsworth: Penguin. 269-293.
- Martin, Bronwen and Felizitas Ringham. 2000. *Dictionary of Semiotics*. London and New York: Cassell.
- North, Brian. 2014. *The CEFR in Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Raskin, Victor. 1985. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht, Boston, Lancaster: D. Reidel.
- Recommendation 2006/962/EC. Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on Key Competences for Lifelong Learning. In *Official Journal of the European Union*. Vol. 39. 30 December 2006.
- Европейски общности. 2009. *Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот (ЕКР)*. Люксембург: Служба за официални публикации на Европейските общности. (European Communities. 2008. *The European Qualifications Framework for Lifelong Learning (EQF)*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities).
- Радев, Пламен. 2013. *Енциклопедия на науките за образованието*. Пловдив: Университетско издателство „Паисий Хилендарски“. (Radev, Plamen. 2013. *Entsiklopediya na naukite za obrazovaniето*. Plovdiv: Universitetsko izdatelstvo “Paisiy Hilendarski”).

**РАННА ФОСИЛИЗАЦИЯ НА ЧУЖДООЕЗИКОВАТА КОМПЕТЕНТНОСТ
И ТИПИЧНИ ГРЕШКИ, КОИТО Я СЪПЪТСТВАТ**

Антонина Божанова

**EARLY FOSSILIZATION OF TARGET LANGUAGE COMPETENCE
AND SOME SPECIFIC MISTAKES THAT ACCOMPANY IT**

Antonina Bozhanova

ABSTRACT

This article focuses on the problem of error stabilization and fossilization, viewing some of the most frequent structural and lexical mistakes that some Bulgarian university students at elementary and pre-intermediate level of English are likely to make and stabilize or have already fossilized. It is admitted that fossilization, if underestimated, is a threat which can significantly deteriorate the students' performance and might even result in inadequate communication. However, if fossilization is treated on a regular basis, applying effective teaching methods and some remedial activities, its consequences could be minimized and overcome.

Key words: *fossilized errors, stabilized errors, individual fossilization, adequate competence fossilization, structural fossilization*

Процесът на учене и усвояване на чужд език е сложен и противоречив. Независимо какви методи се използват, грешките, допускани от обучаващите се, съпътстват неизменно този процес. Отношението към грешките в съвременното обучение по чужд език е доста по-либерално, отколкото в миналото. От комуникативна гледна точка вече е прието да се счита, че щом един събеседник може да се разбира добре с друг, грешките не са сериозен проблем. Все пак, дори и да споделям най-съвременни възгледи за чуждоезиковото обучение, не мога да пренебрегна наблюденията си относно немалкото постоянни и упорити, почти неизкореними грешки, които обучаващите допускат непрекъснато, и които в крайна сметка значително влошават качеството на чуждоезиковата им продукция и могат да навредят на комуникацията, като водят до погрешно разбиране.

За да обозначи постоянните и почти неизкореними грешки Селинкър е създал термина ‘фосилизация’. Когато говорим за фосилизация при усвояване на чужд език, имаме предвид невъзможността на съзнанието да преодолее грешни навици, създадени и като че ли вкоренени у обучаващите се. Според Селинкър упоритите грешки или така наречените ‘фосили’ са лингвистични единици, правила и

подсистеми, които носителите на даден език създават и запазват в своя ‘междинен език’, който за тях е своеобразен мост към езика-цел. Идеята за междинния език разглежда обучаващите се като субекти, създаващи свои собствени лингвистични системи. Тези системи са плод на усилието на учещите да напредват, прилагайки индивидуални стратегии, някои от които се базират на майчиния език, някои на силното им желание да комуникират, докато други може да се коренят в ‘универсалната граматика’- термин, създаден от Чомски. Каквито и да са причините, фосилизацията е един реален феномен, който рядко се случва въпреки инструкциите и упоряднеността в процеса на обучението.

Друг термин, обозначаващ непрестанното допускане на едни и същи грешки, е така наречената ‘стабилизация’. Въведен е от Селинкър и Лакшаман, според които стабилизацията е първа стъпка към бъдеща фосилизация. Разликата между двете състояния е в постоянството на проявление. Фосилизираните грешки са вкоренени в междинния език на обучаващия се. Те са отклонение от нормите на езика-цел и се проявяват независимо от корекциите от страна на преподавателя. Стабилизираниите грешки не са постоянни. Те се появяват в езиковата продукция на обучава-

щия се в определен период от обучението и са само кратковременно задържане, съпътстващо развитието на езиковата компетентност. Стабилизацията е предшественик на евентуална фосилизация и е много важно тя да бъде своевременно преодоляна чрез адекватна експозиция и корекция. Ако това не се случи, стабилизираните грешки могат да фосилизират и да се установят като перманентни в междинния език. Впоследствие е много трудно да се борим с тях, отколкото с грешките на растежа, каквито по своята същност са стабилизираните грешки.

По своята същност фосилизираните грешки са:

1. Грешки, които са плод на навик и които обучаващите се не осъзнават, че правят.

2. Грешки, които учещите знаят, че са грешки, но продължават да допускат въпреки корекциите.

3. Грешки, които учещите могат да не допускат, когато са внимателни и съсредоточени, но които се промъкват при по-свободно общуване.

4. Грешки, базирани на влиянието на родния език или на свръхобобщенията, които някои хора правят.

5. Грешки, които толкова често се повтарят, че започват да звучат на учещите като правилен език.

6. Грешки, на които преподавателите пре-стават да обръщат внимание след дълги години преподаване.

Причините за фосилизацията са комплексни. Класификацията, която е направил Елис през 2008 г., разделя тези причини на *външни* и *вътрешни*. За основна *външна* причина безспорно се приема интерференцията на родния език, който е своеобразна опора за обучаващите се, особено на ранен етап от обучението. Те съзнателно и несъзнателно правят съпоставки и сравнения между майчиния език и езика-цел, създавайки в съзнанието си междинен език-мост, по който специфики от родния език се пренасят към изучавания. Впоследствие грешки, резултат от този процес, могат лесно да фосилизират, защото те звучат на обучаващите се като правилен език. Друг *външен* фактор, предизвикващ фосилизация, може да бъде преподаване, базирано прекалено много на родния език. Не на последно място, според мои лични наблюдения, е прекъсването на обучението на *прекалено ранен етап*, в резултат на което обучаващият се няма технологичното време да преодолее

както случайните, така и стабилизираните си грешки, поради недостатъчна експозиция пред езика-цел и недостатъчно продължителна и интензивна корекция. Ако тези хора след определен период възобновят ученето на езика, те много трудно се отърсват от грешките на своя междинен език, създаден по време на предишните курсове на обучение, и ги пренасят към новия етап, като вече затвърдени, с други думи- фосилизирали.

Сериозна *вътрешна* причина за фосилизацията е липса на мотивация за самокорекция, най-вече поради мнима или задоволителна комуникативна адекватност. Много мои студенти, работещи в областта на туризма, считат, че се справят с общуването с чужденци безпроблемно, не правят усилие да коригират грешките си и дори обвиняват преподавателя в педантична вискателност. Други *вътрешни* причини са липсата на стратегия за самокорекция и липсата на автономност, т.е. обучаващите се разчитат единствено на учителя си.

Според Селинкър фосилизацията на междинния език може да се постави в две категории - *групова* и *индивидуална*. *Груповата* е характерна за общности, които използват езика на едно определено ниво или плато, което не се развива повече или се развива по свои собствени закони, които водят до отклонение от нормите на езика-цел. Това явление може да доведе до появата на нов диалект, като например сингапурски английски или индийски английски. *Индивидуалната* фосилизация е задържане в усвояването на езика-цел при индивидуален обучаващ се. От своя страна индивидуалната фосилизация може да се проявява, от една страна, като спиране на развитието на езиковата компетентност при хора, усвоили езика на добро ниво, и от друга страна, като задържане на развитието на езиковата компетентност при хора с ниско чуждоезиково ниво. Първата група обучаващи се са постигнали прилична комуникативна и граматична компетентност, задоволяваща нуждите им, в резултат на което те стават като че ли резистентни към усъвършенстване. В този случай говорим за фосилизация на адекватна чуждоезикова компетентност. По-големият проблем обаче е фосилизация, при която едни и същи грешки се допускат постоянно от обучаващи се с невисоко ниво по чуждия език. Това е една ранна, бих казала, преждевременна лингвистична фосилизация, проявяваща се на фонетично, лексикално и на

структурно ниво (морфологично и синтактично).

В тази статия разглеждам именно този тип фосилизация и се опитвам да обобщя най-честите фосилизирали грешки на мои студенти, които имат ниско ниво на подготовка по английски език. Причината за това според мен е, че много от тях са имали несистемно, неинтензивно, дори спорадично обучение в по-ранните етапи, изразяващо се в честа смяна на преподаватели в средното училище, многократно прекъсване на курса и възобновяването му от начално ниво, което често действа демотивиращо. Поради ограничена експозиция на чуждия език, неинтензивна корекция, а може би и недостатъчна лична мотивация, грешките са потънали в подсъзнанието на студентите и те са ги усвоили, т.е. фосилизирали. Впоследствие, когато възобновят обучението си в университета, за тях е много трудно да се отърсят от вредните навици, а това се отразява на качеството на езиковата им продукция.

Фосилизацията на структурно ниво се проявява в често изпускане на инфлекционалната морфема „s” за трето лице единствено число при сегашно просто време. Например: “It’s a four-star hotel that provide a variety of services,” вместо, “provides”

Друг проблем е употребата на окончание-то за минало просто време “ed” с някои неправилни глаголи. Въпреки непрекъснатите корекции, някои студенти продължават да употребяват погрешни форми като “bued”, “maked”, “bringed”, “catched” и др. Тези грешки са плод на свръхобобщение на правилото за образуване на форми за минало просто време. Те са останали в съзнанието от по-ранен етап и впоследствие са фосилизирали поради нарушаване на ефективната методическа линия чрез прекъсване на обучението за определен период или тоталното му спиране до завършване на училище. Макар че студентите не допускат тези грешки, когато внимават, те продължават да се промъкват, когато фокусът е насочен към комуникативна задача. Характерна грешка е изпускането на неопределителния член пред броими съществителни, както и погрешната му употреба с неброими или с прилагателни имена. Това може да се обясни с интерференцията на българския език, в който неопределителен член отсъства. Тук мога да цитирам примери като: *Bulgaria is beautiful country.*”, или “*Bulgaria is a beautiful*”.

Освен това някои съществителни, които са неброими на английски, са броими на български, и обратно. За пример можем да посочим съществителните “bread”, “advice”, “money”, “spaghetti” и др. Често се натъкваме на погрешна употреба като: “He always gives me good advices.” “The money are on the table, sir.” “We might need some more breads”, “The spaghetti are ready, madam.” Формите за множествено число на пръв поглед не би трябвало да представляват проблем, защото за разлика от други езици, в английски към формата за единствено число просто се добавят окончанията “s”, “es”, *например: a resort - resorts, a watch - watches.* В този случай обаче, поради свръхобобщението, което някои студенти правят, те пренебрегват изключенията с неправилно множествено число и употребяват форми като “mens”, “childrens”, вместо “men”, “children”. Интересно е, че подобни грешки се допускат дори от студенти с иначе добра езикова компетентност, което подкрепя версията, че некоригирани грешки от по-ранни нива могат да се пренесат в следващи етапи като фосилизирали.

Най-типична проява на фосилизация сред българските студенти е погрешната употреба на английските глаголни времена. Често форми на минало просто време се заменят с форми на сегашно перфектно време и обратно. За носителите на езика това може да бъде обърквашо и да доведе до неправилно разбиране. Ето някои примери:

“The National Revival writer Ivan Vazov, who was born in the 19th century, has written the novel “Under the Joke”, which is considered one of the best Bulgarian novels.” При такава употреба носител на езика би се озадачил дали въпросният автор е още жив. Или обратно, “He is a promising contemporary producer, who made 3 very successful films.” Реакцията на събеседника би била: “Is he dead?” Българските студенти често употребяват сегашно просто време вместо сегашно перфектно. Например: “It’s the first time I’m playing mini golf.”, вместо “It’s the first time I’ve played mini golf”, или “I know him for five years”, вместо “I’ve known him for five years”. Причината за тази употреба е трансфер на структура от български към английски език, тъй като в такива ситуации на български се използва сегашно време. Пример за синтактична фосилизация са масовите грешки при словореда на въпросителни изречения, особено при сегашно просто и минало просто време. Изпускането на спомагателните

Изпускането на спомагателните глаголи “do, does, did” е препятствие, почти непреодолимо за немалко обучаващи се. Словоред като “When the train arrived?”, “Why do you want to learn English?” или “Why do you want to learn English?” вместо “When did the train arrive?”, “Why do you want to learn English?”, е характерна грешка, особено когато се изпълняват небезопасени, комуникативни дейности. Друг вариант на този тип грешки е замяната на инфинитива с форма за сегашно или минало просто време на глагола при въпросителни или отрицателни изречения. “How many rooms does the hotel have?”, “Why didn’t you explain that beforehand?” се употребяват вместо “How many rooms does the hotel have?” и “Why didn’t you explain that beforehand?”

Масова грешка, дължаща се на интерференцията на родния език, е неправилната употреба на глагола за притежание “have” вместо имперсоналната форма “there is”, означаваща “има, съществува”. Могат да бъдат дадени много примери, илюстриращи тази неправилна употреба. Например: Next to the Exhibition Hall have two conference rooms with a capacity for about 50 people each, вместо “there are two conference rooms”.

Правилната употреба на предлози е проблемна област във всеки език. Обикновено са необходими години обучение, за да се минимализират грешките, тъй като интерференцията на родния език е труднопреодолима. Дори и след много упражнения студенти употребяват словосъчетания като „ключът за вашата стая“ съответно “the key for your room” вместо правилното “the key to your room” или „известен със“, съответно “famous with” вместо правилното “famous for”.

Някои от грешките на лексикологично ниво също могат да бъдат обяснени с наличието на паралелни единици в междинния език: „права снимка“ съответно – “make a photo” вместо правилното “take a photo”, или „мия си зъбите“ – “wash my teeth” вместо “brush my teeth. Други примери са „вземам решение”- “take a decision” вместо “make a decision” или „Ще Ви заведе до вашата маса.” – “I’ll lead you to your table” вместо “I’ll show you to your table”.

Списъкът от примери с грешки, които студентите са склонни да фосилизират, е доста дълъг и често зависи от това кой е родният език на обучаващите се. Ванг Кюи Лиън, занимаващ се изключително задълбочено с проблема фосилизация, препоръчва няколко

изпитани дейности за успешно противодействие на упоритите грешки:

1. Добра идея е да се правят записи на студенти, след което да се прослушат и корекциите да се правят от останалите студенти или от тези, които са допуснали грешките.

2. Студентите да се насърчават да поправят колегите си, което често пъти е по-ефективно от корекциите на преподавателя.

3. Да се фокусира вниманието върху само една грешка, тя да се поправи и обясни, преди да се продължи нататък.

4. Да се води личен дневник от всеки студент, в който той да записва своите фосилизирани грешки.

5. Да се обръща внимание на грешките в края на всяка комуникативна дейност, да се записват допуснатите грешки на дъската и да се обсъждат с групата.

6. Да се показват списъци с правилни и неправилни изречения, студентите да посочат грешните и да ги поправят.

7. Да се избягва коригиране по време на комуникативна дейност. За предпочитане е корекциите да се случват в края с активното участие на групата.

8. Да се включват в обучението повече репетитивни, безопасени упражнения (drills), за да се създадат правилни умения.

9. По време на ролеви игри някои студенти да влизат в ролята на преподаватели, като записват грешките на колегите си и ги коригират.

10. Да се обясняват последиците от грешките и по-специално от тези, които биха навредили на комуникацията.

Въпреки че фосилизираните грешки са дълбоко вкоренени и за това труднопреодолими, системното прилагане на горепосочените методически подходи, за предпочитане съчетани с интензивно обучение, може много да помогне в борбата срещу тях. Разбира се, много по-добре е грешките да се изкореняват на по-ранен етап, когато са случайни или само стабилизирани, още преди да са потънали дълбоко в съзнанието. В реалната ни работа обаче, поради ред причини, за част от които вече стана дума, ние неизменно се натъкваме на резултати от фосилизация. За превъзможването на това състояние са необходими много усилия на преподавателя, както в посока на подбор на подходящи дейности, така и в посока на повишаване на мотивацията на студентите да поемат отговорност за усъвършенстването си. Всъщност личната мотивация на

обучаващите се да превъзмогнат затвърдените грешки е може би най-решаващият елемент. Тъй като процесът е взаимен, трябва да намерим начини да спечелим съдействие от студентите, като ги запознаем с проблема и им обясним, че добрата езикова компетентност е много важен компонент от тяхната професионална компетентност и конкурентоспособност.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ellis, R. (2008), (Second Edition) *The Study of Second Language Acquisition*, Oxford: Oxford Applied Linguistics.

2. Han, Z (2005), *Fossilization in Adult Second Language Acquisition*, Toronto: Multilingual Matters .

3. Fauziati, E. (2011), *Interlanguage and Error Fossilization: A study of Indonesian students learning English as a foreign language*: Conaplin Journal, Indonesian Journal of Applied Linguistics (July 2011).

4. Selinker, L. and Lakshamann, U. (1992), *Language Transfer and Fossilization: The Multiple Effects Principle*. In Gass and Selinker *Second Language Acquisition*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum (1994).

5. Wang Cui-lian (2003), *Fossilization or Stabilization*, Anhui University: Retrieved February 26, 2012 from [www.modlinguistics.com, Wang%20Cuilian](http://www.modlinguistics.com/Wang%20Cuilian).

ПРОБЛЕМИ НА КОНТРОЛА В БАНКОВИЯ СЕКТОР

Евгений Стоянов

CONTROL PROBLEMS IN THE BANK SECTOR

Evgenii Stoyanov

E-mail: evg_stojanov@abv.bg

ABSTRACT

The study examines a certain category of commitments of the financial control in the bank system. The presented short characteristics of different types of bank institutions creates an objective idea about the conditions in which financial and control activities are implemented. The aim of the paper is to investigate and analyse categorized financial violations as a prerequisite for development and improvement of both the bank system and the system of financial control.

Key words: bank, control, system, payments through account (PTAs)

В развитието на българската финансово-контролна система, в чиито субект са припознати различни банкови и кредитни институции, централно място има категорията на финансовите престъпления, тълкувани и възприемани като основен обект. Във формално отношение техните прояви стават все по-интересни и разнообразни. По същество към тях се прибавя всяко нарушение, свързано с измама, фалшификация на банкноти, злоупотреба с вътрешна информация, лошо пазарно поведение, увреждане интересите на трета страна, изпиране на пари и други. Разнородният характер на престъпленията предпоставя усавършенстване както на самия контрол, така и на банковата система. Именно по тази причина и финансово-контролната дейност протича условно малко по-различно.

„Банковата система традиционно се дефинира като съвкупност от различни видове банки и банкоподобни институции, разглеждани в тяхната взаимовръзка, които съществуват в дадено стопанство и действат пред определен исторически период на неговото развитие” [1, с.172]. Към това определение може да се добави, че съществува наличие на норми, определящи взаимните връзки и отношения с обкръжаващата среда.

Посочената позиция е достатъчно показателна поради възможността да очертае важните характеристики на съвременната банкова система:

Първо. След като наличието на централна банка се приема принципно като белег за съществуване на банкова система, то логически е възможно да съществува само централна банка с клонове.

Второ. Организирането на банките в система предполага наличието на една банка от по-висок ранг – централна банка, под контрола на която функционират банките от по-нисък ранг. От това следва, че банковата система се създава с определен статут и институционална йерархия, а не е механичен сбор от банки.

Трето. Специфичен белег за съществуването и функционирането на банкова система е наличието на правни норми за организиране, направляване и контролиране на банковата дейност.

Четвърто. Банковата система действа и се развива не самостоятелно, а в неразривна връзка с обкръжаващата я среда.

Пето. Поради неразривната връзка на банковата система и нейната среда е възможно размишаването в развитието на система и среда [2, с.199-210].

Възникването и развитието на банковата система е белег за относително висока степен на обществено-икономическо развитие. Условието, които го обуславят, са:

I. Общественият строй със своята ценностна система и цели.

II. Видът и обемът на банковите услуги.

III. Правомерното регулиране на банковата дейност.

IV. Инициативността на банките по отношение на нови продукти и услуги.

Поради това, че в ръцете на банките са типични за пазарното стопанство основни икономически регулатори като пари, кредит и лихва, в развитата пазарна икономика на банковата система е отредена ключова роля, насочена към

осигуряване на стабилна икономическа среда и устойчиво, безкризно икономическо развитие.

В България банковата система преминава през няколко етапа на реструктуриране от едностепенна (1879) в двустепенна (1885), отново в едностепенна (1947 - при национализация) и в отново двустепенна (след Закон за БНБ от 1991 и Закон за банките и кредитното дело от 1992).

Едностепенната банкова система е характерна за обществено-икономически формации с командно-административно управление. Този начин предполага централизирана банкова дейност, както и поставянето ѝ под пълно разпореждане на политическата власт в държавата в лицето на правителството. При тази система централната банка встъпва и в ролята на кредитор, и в ролята на емитент. По този повод се игнорира проблема с ресурсната обезпеченост на решенията по кредитиране, взети административно от страна на държавното ръководство. Тази система елиминира банковия риск. Банковата система се използва за административно преразпределение на финансовите ресурси между стопанските отрасли и единици - или това е преразпределение на извънпазарен принцип. По този начин функционирането на едновъздушната банкова система на практика принижва ролята на парите, кредита и лихвата в управлението на икономиката, като освобождава управленците на работещите организации от материалната заинтересованост и отговорност за резултатите от тяхната дейност и способства за ангажирането на огромни капиталовложения в ниско или неефективни инвестиции.

Двустепенната банкова система се характеризира с наличието на две нива или звена, между които съществуват определени взаимовръзки и йерархическа съподчиненост, съответно по-висшето – централна банка, и по-нисшето – съвкупността от търговски, специални банки и банкоподобни институции. Тази банкова система се формира на по-късен етап от банковото развитие. Основанието за създаването на този вид система е диференцирането и разграничаването на функциите на търговските и емисионните банки. По принцип в развитите икономики с отворени пазарни отношения нормално се формират и възприемат двустепенните банкови системи.

Във връзка с осъществяването на финансово-контролна дейност и някои функционални особености е съвсем естествено в процеса на изложение да се обърне внимание отделно на БНБ като централна банка и на останалите банкови и банкоподобни институции като активни участници на паричния пазар. Тук е редно да се спомене, че спецификата на отношенията в българската банкова система придобиват и друг смисъл

след влизането на РБългария в ЕС и поради създаването на ЕСФН и по-конкретно - на неговия специализиран орган за банков надзор (ЕБО) [3].

В България се говори за начало на банково дело в условия от края на Руско-турската война. Няма национална парична единица. През 1879 г. се учредява БНБ, която при създаването си е универсална търговска банка. В 1880 г. е приет Закон за сечене на монети. През 1885 г. БНБ получава изключителни права върху издаването на банкноти. До края на 20-те години на XX век БНБ съвместява функциите и на най-голяма търговска банка, и на централна банка. През 1947 г. със Закона за банковата автономия ѝ се отнема монопола върху банковото дело. Според сега действащия закон БНБ има изключително право да пуска монети и банкноти, които са законно платежно средство на територията на РБългария, или отново се наблюдава учредяване по правно-нормативен път на БНБ.

Съвременната централна банка функционира (вкл. БНБ) преди всичко като:

I . Емисионна банка – има право да емитира банкноти и монети.

II. Банка на банките – съхранява по сметки резервите на търговските банки, предоставя им кредити и действа като кредитор на последна инстанция; провежда парично-кредитна политика, като влияе върху ликвидността и кредитоспособността на другите банки с характерни пазарни инструменти – операции на открития пазар, норма на задължителни минимални резерви, сконтов процент, ресконтови операции и др.

III. Национална банка или банка на цялата икономика – има задължение да осигурява стабилността на националната парична единица и да провежда антиинфлационна парична политика; обикновено съхранява официалните златни и валутни резерви; провежда валутнокурсва политика, съдейства и регулира националния разплащателен механизъм; съставя и следи развитието на платежния баланс на страната; участва в международни валутно-финансови организации и др.

IV. Банка на държавата – съхранява по банкови сметки паричните средства на нейните органи и извършва банковото им обслужване или действа като касиер на държавата, отпуска кредити на правителството, обслужва касово държавния дълг и бюджет.

Вменената на БНБ функционалност предопределя възможности за контролно въздействие в няколко насоки, които определено имат и административен характер:

1. Чрез Управление „Емисионно” се контролират пълното валутно покритие, паричните задължения и валутните активи на банката. По

отношение на съществуващата парична маса БНБ контролира нейната чисто физическа амортизация, емитира определени обеми, както и има правомощия да приема решения за издаване на нови емисии.

2. Посредством Управление „Банково” се осъществява контрол върху степента на системен риск, оказващ влияние за стабилността на банковата система в страната поради това, че БНБ изпълнява функциите на кредитор от последна инстанция.

3. Управление „Банков надзор” осъществява контрол върху банковата система и прилага мерки за въздействие, обосноваващи се на икономическата ситуация при парично-кредитната политика и състоянието на банковата система. Необходимостта от провеждане на координирана парично-кредитна политика и поддържане на стабилност на банковата система налага регулиране и осъществяване на надзор над дейността, съставляващи нейното най-нисше ниво. Стабилността на банковата система има особена икономическа и социална значимост. От друга страна, поради това, че банките работят предимно с чужди пари, това обуславя нуждата от защита на интересите на вложителите. В зависимост от органа, извършващ банковия надзор, се разграничават два типа банков системи: англо-саксонски и европейско-континентален.

В България се прилага англо-саксонския модел, при който по закон централната банка има надзорна функция над останалите банки, каквато е практиката и в Швейцария, и в Обединеното Кралство. В България регулирането и надзорът се реализират от БНБ като централна банка, съгласно текстовете на: Закона за БНБ, Закона за кредитните институции и Закона за банковата несъстоятелност.

При необходимост БНБ има право да осъществява проверки, като включва и служители от ДАНС, Комисията по финансов надзор и др. При констатирани нарушения БНБ има правомощия да: предупреди писмено; свика общо събрание; промени лихвени ставки; преустанови изплащане на дивиденди; отнеме на глас на акционер; иска увеличение на банковия капитал; назначи квестор; изиска план за саниране; постави специален надзор; отнеме лиценз за банкова дейност.

БНБ упражнява контрол по отношение на валутния режим и регламентира конкретни норми, върху които извършва контролни мероприятия в посока:

1. Контролира всички плащания между РБългария и други държави.

2. Контролира валутната търговия на територията на страната.

3. Контролира взаимоотношенията на банки и предприятия по валутни разплащания.

4. Упражнява текущ контрол върху сделки и действия с валута и ценности.

5. Контролира поведението на банковия (паричния) пазар на всички участници като банки и банкоподобни институции.

6. Контролира валидността на чуждата валута, ползвана на пазарите в страната.

7. Съобразно с МФ издава разрешения за особена валутна дейност в чужбина.

8. Определя класьори на монети с нумизматична стойност.

9. Издава разрешение за износ и внос на благородни метали и сделки с тях извън територията на страната.

10. Упражнява контрол върху дейността на юридически и физически лица, лицензирани за извършване по занятие на банкови сделки.

11. Съобразно валутния борд БНБ престава да бъде източник на парично предлагане, а автоматично отговаря само и единствено за автономното търсене на пари от страна на икономически агенти.

12. Поради условията на валутен борд отпадат присъщите на класическата централна банка функции относно държавната политика. База за тази промяна е изнасянето на паричния суверенитет извън пределите на страната.

На този етап на развитие на глобалната икономическа система все още като основни участници на финансовите пазари се изявяват търговските банки. Те по своята същност са акционерни дружества, които осъществяват публично привличане на влогове и използват привлечените парични средства за инвестиции и кредитиране за своя сметка и на собствен риск [4].

Най-общо търговските банки акумулират парични ресурси, като една преобладаваща част от тях пласират на финансовите пазари, а друга остатъчна задържат при себе си и внасят в централна банка. Ресурсът, отклонен от пазарна реализация, приема форма на касова наличност, задължителни резерви и свръхрезерви.

И все пак има една тенденция, която заслужава внимание, а именно, че в света на парите се появява и утвърждава сериозна трансформация, обяснима с това, че банковата система като цяло губи позиции в реализацията на основната си функция да формира капитал. Конкретно този процес се свързва с намаляване на дела на банките в процеса на световна капитализация.

В контекста на финансовия контрол същественото в дейността на търговските банки е тяхното присъствие на финансовите пазари и по-конкретно - взаимоотношенията им с пазарните контрагенти. Именно в развитието на тези отно-

шения се формира поведение на контрагентите, удостоверяващо заявени претенции, позиции и най-вече интереси. Точно в тази среда се проявяват отклонения от нормативно установените правила на финансово целесъобразно поведение и финансово-контролната дейност придобива различен израз на изява. И все пак понеже може би няма друга сфера като тази на интересите и парите, където вакуумът да е толкова голям, се създават условия да се заявят други по-нови и адекватни на нуждите субекти, каквито са така наречените „паралелни банки”.

Водещи банкови експерти коментират, че „те изземат функциите на традиционните банки, т.е. поемат функциите да кредитират икономиката, ползвайки различни инвестиционни фондове, лизингови компании, независими международни платежни системи и други” [5]. Съществената им характеристика е, че тяхната дейност на този етап не се регулира и по ред причини за близко бъдеще това ще бъде непосилна задача. В същото време с предложението за въвеждане на нов механизъм в работата на около 500 банки, известен като „обща способност за абсорбиране на загуби”, всичките те реално губят своята идентичност и се превръщат в част от държавната администрация при условие, че самата държава няма да носи отговорност при обявяване на несъстоятелност на която и да е от тях.

В тази динамична и катастрофично нестабилна обстановка едно от предизвикателствата пред представителите на различните типове банкови институции, в качеството си на субекти на финансовия контрол, е да разграничат социално полезното или социално приемливо поведение от онези действия, които имат отрицателно въздействие [6, с.155]. Редно е да се уточни, че категорията „действия с негативен ефект” има обобщаващ характер и включва нарушения и престъпления, а за по-голяма коректност като престъпление се определя това общественоопасно деяние (действие или бездействие), което е извършено виновно и е обявено от закона за наказуемо [7].

Водещи научни институти, работещи активно върху проблемите от тази област, формират класификатор на финансовите престъпления, според който те биват традиционни и съвременни.

В категорията на традиционните престъпления спадат следните видове:

Фалшификация или подправяне на банкноти. Обемът на този вид престъпления бележи значителен спад, предвид засилените мерки, предприети от регулатора и правоохранителната система [8].

Измами с кредитни карти. В тази схема се вписват кражба на кредитни карти или информация от самата карта и последваща транзакция в посока на извършителя. С развитието на високите технологии се наблюдава пренасочване от това престъпление към фалшифициране на карти чрез прилагане на графични компютърни периферии.

Кражба на самоличност. Този тип престъпление обикновено предопределя и последващи действия от незаконен характер. Забелязва се сериозно повишаване на ръста на такъв тип финансови нарушения.

Кредитни / ипотечни престъпления. Тези нарушения са последица от кражба на лични данни и се формират кредитни задължения към банки, които никога не се погасяват.

При ипотечните измами чрез ползване на некоректна информация се деформира ценообразуването и сделките се реализират при нереални стойности.

Измами на финансовите пазари. Най-често срещаните престъпления се основават на търговия между вътрешни участници, разпространяване на подвеждаща информация или завишаване на борсови цени чрез кръстосани продажби между брокери.

Към схемите на финансовите престъпления могат да се упоменат:

Престъпления, свързани с електронно заплащане. В условията на електронна търговия, включително електронно банкиране в новата IT среда, се преосмислят престъпления като кражба на данни и отклоняване на парични потоци.

Киберпрестъпления. Неизвестните възможности на технологиите предопределят и огромен диапазон на престъпните действия. В общ план те формират две направления – престъпления, реализирани на технологична основа, и престъпления, насочени към компютърните и комуникационните технологии.

Пране на пари. Придобитите по незаконен път доходи, за да се трансформират в легални и официални такива, се насочват към банки и други финансови посредници. Тази технология е известна като пране на пари. Най-общо понятието „изпиране на пари” се дефинира като процес на укриване или прикриване на постъпления, придобити от престъпна дейност, и придвижване на стойност чрез търговски операции, с цел узаконяване на незаконния им произход.

Съществуват три метода, чрез които се реализира технологията по изпиране.

Първо. Използва се банковата система посредством чекове и суифт преводи.

Второ. Прибягва се до физическо пренасяне на пари чрез кеш куриери.

Трето. Прилага се фиктивно движение на стоки, като за целта се използват фалшиви документи и митнически декларации.

При реализацията на подобни операции банките могат да станат и пасивен участник, като реализират клиентски нареждания за преводи, чрез предоставяне на финансиране по сделки, чрез издаване на акредитиви или банкови гаранции.

Съобразно нормативната база изпиране на пари има в следните случаи [9]:

1. Преобразуване или прехвърляне на имущество със знанието, че то произхожда от криминална дейност или е резултат от такава дейност, за да бъде укрит незаконният му произход или да се съдейства на лице, което участва в такава дейност, с цел избягване на правни последици.

2. Скриване или прикриване на истинската форма, източник, местонахождение, движение или права по отношение на имуществото със знанието, че това имущество произхожда от криминална дейност или от участие в такава дейност.

3. Придобиване, притежание и използване на имущество със знанието, че към момента на получаване то произхожда от криминална дейност или от участие в такава.

4. Подпомагане, подбуждане, улесняване и прикриване извършването на някое от горните действия.

Когато се анализира процесът по пране на пари и в този смисъл се разглежда финансовият контрол, смело може да се твърди, че той има приоритетно превантивен характер. Основание за това дава възможността разкриването да се реализира още в момента, когато паричните потоци навлизат за пръв път в банковата система.

Контролът върху мерките за превенция на използването на банковата система за целите на прането на пари има за основна цел банката да разработи и администрира ефикасно програма за съответствие със законовите изисквания. Една такава програма следва да отчита политиката на банката, прилагана в областта на превенцията (AML-превенция) и процедурите, включени в нея за защита на рисковете от изпиране на пари [10, с.75].

В структурата на тази специфична AML-програма влизат четири елемента:

1. Утвърдени вътрешни правила, процедури и контрол.
2. Специализирано звено за AML-превенция.
3. Правила за обучение на персонала.
4. Независим контрол на програмата.

Успехът на контролната дейност, обоснована на спомената програма, е свързан и с оптимизиране на процеса по идентификация, верификация

и комплексно изучаване на клиентите (CDD). Цел на комплексната проверка (CDD) е да се прецени дали банковата политика, процедури и системи за контрол са подходящи за получаване на необходимата информация за клиенти.

В технологията на комплексната проверка като обекти на контрол са обхванати следните операции:

1. Презгранични преводи.
2. Кореспондентски отношения.
3. Плащания през сметка (PTAs).
4. Частно банкиране и услуги, свързани с доверително управление на фондове и управление на активи.
5. Доклади за съмнителни операции и сделки.
6. Сделки с участие на офшорни банки.
7. Лошо кредитно поведение.
8. Дейности на компании без физическо присъствие.
9. Други съмнителни по обем и характер дейности и операции.

Изявите на финансовия контрол в банковия сектор дават основание да се извършат промени в предлаганите банкови продукти и услуги. В този контекст се полагат усилия за хармонизиране на законодателствата и процедурите, свързани с финансовите престъпления. Реално може би само това е пътят за ограничаване на броя на зоните с особен статут и либерално законодателство, около които могат да гравитират извършителите на финансови престъпления.

Написаното дава възможност да се формира извод, че високата несигурност, в която работи глобалната икономика, предопределя развитието на множество проблеми, които развиват и усъвършенстват банковата система. От регистрирането на все повече и по-разнородни отклонения и нарушения идва възможността да се осъзнае, че само консолидирането на усилията на всички субекти на финансов контрол и на концептуално равнище, както и на база технологии и методология, биха предопределили опазването на създаденото от обществото. В този контекст чрез подобни инициативи е реално и възможно да се изгради превенция срещу нарастващите по обем, характер и значимост финансови престъпления и да се поставят на мониторинг условията, които пораждават възможни отклонения.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Стоянов, Евг. Ключови въпроси по финанси. Бургас, Флат, 2012.
2. Стоянов Евг. Теория на финансово-контролните системи и институции. Бургас, Либра скарп, 2013.

3. Закон за Европейската система на финансов надзор/ЕП/ - 22.09.2010.
4. Закон за банките. – ДВ, бр.91, 2002.
5. Кирилова, М. Банките неминуемо ще се променят. - *Животът днес*, бр.5, 2015.
6. Гунева, М. Законодателни аспекти на финансовите престъпления. – *ЮМНК „Теория и практика на финансовите престъпления“*, СФС при УНСС. С., УИ „Стопанство“, 2008.
7. Наказателен кодекс. С., Нова звезда, 2000, с.53, чл.9, ал.1.
8. Ползвана е статистика за периода 2000-2010 г, изготвена от Националния център за наблюдение на финансовите измами – Великобритания.
9. Закон за мерките срещу изпиране на пари. - ДВ, бр.82 и 108/ 2006.
10. Миланова, Е. Някои практически аспекти на контрола върху „прането на пари“ в банките. *ЮМНК „Теория и практика на финансовите престъпления“*. ФСФ при УНСС, 2007.

REFERENCES

1. Stoyanov. Evg. Klyuchovi vaprosi po finansi. Burgas, Flat, 2012.
2. Stoyanov. Evg. Teoriya na finansovo-kontrolnite sistemi I institutsii. Burgas, Libra skorp, 2013.
3. Zakon za Evropeyskata sistema na finansov nadzor. - 22.09.2010.
4. Zakon za bankite. – DV, br. 91, 2002.
5. Kirilova, M. Bankite neminuemo shte se promenyat. – *Zhivotat dnes*, br. 5, 2015.
6. Guneva, M. Zakonodatelni aspekti na restapleniya. – *YUMNK, S., UI „Stopanstvo“*, 2008.
7. Nakazatelen kodeks. S., Nova Zvezda, 2000, s. 53.
8. Statistika 2000-2010 – UK.
9. Zakon za merkite sreshtu izpirane na pari. – DV, br. 82 i 108/ 2006.
10. Milanova, E. Nyakoi prakticheski aspekti na kontrola sreshtu „praneto na pari“ v bankite. *YUMNK, S., 2007.*

РАЗВИТИЕТО НА ДЪРЖАВНИЯ ВАЛУТЕН МОНОПОЛ – КЛЮЧОВ ФАКТОР В УСЪВЪРШЕНСТВАНЕТО НА БЪЛГАРСКИЯ ВАЛУТЕН КОНТРОЛ

Евгений Стоянов

DEVELOPMENT OF STATE MONETARY MONOPOLY – A KEY FACTOR IN THE IMPROVEMENT OF MONETARY CONTROL IN BULGARIA

Evgenii Stoyanov

E-mail: evg_stojanov@abv.bg

ABSTRACT

The study discusses the essence and development of the mechanism of state monetary monopoly. The analysis substantiates its structure and role in the creation of conditions necessary for development and improvement in the monetary control system in the Republic of Bulgaria.

Key words: *state monetary monopoly, monetary regime, monetary control, state institutions*

Националната валутна система съдържа комплекс от платежни, кредитни и финансови отношения, които конкретната страна поддържа с външния свят, както и всички административно-правни разпоредби, регулиращи валутните операции, реализирани на нейната територия. От цялата тази контролирана съвкупност произтичат правомощия за всички засегнати местни и чуждестранни резиденти.

Основна съставна част от националната валутна система е валутният монопол. Той се изразява в изключителното право на държавата посредством специализирани органи и оправомощени по нормативен път юридически лица да извършват операции с чуждестранна валута и с други валутни ценности, „като ги съсредоточават в съответните банкови институции и да оказват контрол за най-ефективното им използване” [1, с.9].

Правото на държавата да участва в процеса по развитие на финансово-кредитната система, включително като определя валутния режим, се предопределя от съществуването на множество обективни предпоставки. По същество те са свързани с консолидирането на свободния и регулирания пазар и изискват от държавата да регулира степента, диапазона и насоката за либерализиране на валутния режим като предпоставка и като резултат на стоково-паричните отношения. По този начин се реализира „държавно координиране на участието и присъствието на отделни субекти на валутния пазар, като се гарантира относително стабилно и прогнозируемо състояние на националните пари, запазва се доверието в книжните пари, опти-

мизира се валутният курс, поддържа се достатъчен валутен резерв и най-вече се създават условия за ефективно движение на капитала при резултатни финансови услуги” [2, с.16].

Най-значим и конкретен израз на държавния валутен монопол е контролираното развитие на валутния режим. В неговия обхват се включват разплащания в чуждестранна валута, ограничаване на субектите, притежаващи право да извършват покупко-продажба на чуждестранна валута, определяне на реда за продажба на чуждестранни платежни средства на местни и на чуждестранни физически и юридически лица и определяне на кръстосан валутен курс.

Нормативната уредба не предоставя данни, че държавата е монополист върху валутните сделки, но държавата има особеното право единствено тя да определя валутния режим на територията на страната си. По този повод може да се твърди, че „въпреки динамично развиващите се пазарни отношения държавата си запазва качеството на монополист в областта на валутните взаимоотношения” [3, с.33]. Основната цел на валутния режим е защита на националната икономика чрез ефективна защита на националната парична система. В този ред на мисли държавата определя обхвата на валутния режим, правомощията на страните, участващи във валутни сделки и организирането и администрирането на валутния контрол. За целта валутните средства на страната ни се предоставят на банковите институции за обезпечаване на контрол от специализираните държавни органи.

Целта на валутния монопол е игнориране на всякакви възможности за възникване и обо-

собяване на спекулативен валутен пазар. Оказва се контрол върху трансакции по повод на валутни задължения на фирми, организации и физически лица. Този контрол се реализира съобразно разпоредби по отношение на сделки и действия с валутни ценности и имущество под валутен контрол, реализирани у нас и в чужбина, както и на границите на страната ни. По този начин „чрез адекватната методика се извършва валутно-правно регулиране върху сделките и разплащането при тях, съответно само в левове на територията на Република България, а при ползване на валута с излишното участие на банкоподобни институции” [4, с.43].

И в теорията, и в практиката въпросът с държавния валутен монопол поражда въпроси с много, но в преобладаващата си част неудовлетворителни отговори. В основата на тази дилема стои отговорът за взаимовръзката валутен монопол и валутна самоиздръжка на съвременната организация.

В практиката на водещите икономически страни либерализирането на валутния режим минимизира полето за изява на валутния монопол. Все пак държавната организация си запазва правото да поддържа своя валутен монопол по две причини - като основен разпоредител с валутния резерв и като институция, определяща валутния режим на конкретната страна.

Условията, които пораждат развитието на валутния монопол, се свързват с глобализацията на световната икономика, предопределяща максимизиране на всички форми и прояви на икономически взаимоотношения. Връзките между различни правни субекти с различен социално-икономически и юридически статус непрекъснато се разширяват. Разнообразието на тяхното общуване като страни от договорни отношения предполагат ангажменти към различни режими на валутни сделки [5, с.71]. Поводите за възникване на валутни правоотношения се съдържат в конкретни форми на сътрудничество и делови контакти между различни страни. Като основни сфери, където намират отражение, могат да се посочат трансакции и операции под формата на външнотърговски сделки, продължителен престой на специалисти, студенти и други лица, пребиваване на представители на международни организации, провеждане на международни научни и културни прояви, получаване на наследство, издръжки и ренти, трудови правоотношения и не на последно място - парично-имуществени отношения.

Посочените случаи създават условия за пораждане на разнообразни по характер и съ-

държание валутно-правни норми. Това разнообразие се обуславя както от формата на взаимоотношения, така и от мястото на реализирането им и от участващите резиденти по заинтересовани страни. Тези многопосочни връзки пораждат и сложни платежни, кредитни и други валутни правоотношения. Интересите на различните засегнати страни не винаги съвпадат и това намира израз в различията във валутното законодателство на отделните страни. Всичко това поражда необходимост от наличие на конкретни критерии за валутни решения, забрани и ограничения, които да отчитат и регулират интересите на участниците във валутните операции, като гарантират достатъчна законосъобразност. Самото разнообразие от форми на валутно взаимодействие и поводи за възникването на валутни взаимоотношения са предпоставка за проява на разнообразни нарушения и престъпления, които не винаги могат да бъдат предвидени и предотвратени. Точно те са обект на валутния контрол и предпоставят потребност от неговото развитие.

Проследяването на развитието на българската финансова и валутна система създава възможност да се наблюдава еволюцията на идеята, промените в нейния периметър, обогатяването на структурата ѝ, както и влиянието, което оказва върху пазарните отношения в новата икономическа среда. Обективно артефактите доказват, че развитие на търговия при употреба на разнородни монети и по произход, и по съдържание се е развивала по българските земи от векове. Но ако трябва да вместим понятието паричен пазар и валутна търговия, то единствено може да се направи препратка към създаването на III-табългарска държава.

Реално във втората половина на XIX век по българските пазари се ползват предимно сребърни монети, сечени в Русия, Германия, Франция, Турция и т.н.

Важни събития, свързани със създаването на банкова и парична система в новосъздадената българска държава, са създаването през 1879 година от руското окупационно управление Устав на БНБ и създаденият пред 1880 Закон за правото на рязане на монети в Княжеството, утвърждаващ лева като национална парична единица, приравнена към френския франк [6]. Законът налага и двойния монетен стандарт, обезпечаващ официалните емисии със злато и сребро в съотношение 1:15 [7, с.117].

Изграждането на нова икономика и стабилна финансова система провокират законодателя да създаде нормативи като Закона, забраняващ използването на чужди монети като платежно средство от 1884г. и след 1887 г.- въвеждането на

лева като единствена официална оборотна, сребърна монета.

Характерно за този период са слабо приложението на банкноти и мащабният обмен на монети, водещ до изтичане на злато. Въпреки че БНБ от 1885 година става емисионна банка при 1/3 златно обезпечение на банкнотната емисия и се въвежда златният еталон, приложението му се отлага във времето поради продължаващия износ на злато. Именно това предопределя първата проява на ограничения на режима на фиксиран курс в българската стопанска история и създава условия покритието на първите банкнотни емисии да остане единствено и изцяло сребърно. За периода преди войните БНБ натрупва резерви в злато и валути, обвързва се с френския франк и обезпечава пълна конвертируемост на българския лев.

Периодът между 1913-1923 г. може да бъде характеризирани с първите опити за държавен контрол върху българския валутен пазар. Реално увеличените държавни разходи и последващите ги инфлация на лева и дефицит в платежния баланс водят до външна обезценка на лева. В този период БНБ създава синдикат от множество банки с цел да стабилизира лева. От 1915 година левът е привързан към германската марка и косвено чрез нея - към швейцарския франк. Но реално като последица от войните и марката, и левът не отразяват обективно своята обезценка спрямо стоките.

Големите икономически сътресения принуждават БНБ през 1918 година да създаде Централна на девизите, посредством която за поддържане курса на лева са деклариран активи във валута на членове на централата, които БНБ има право да закупи. Чрез мярката и чрез ориентиране на котировки към Парижката валутна борса за периода 1921-1923 се наблюдава известно стабилизиране. Същевременно валутните курсове на пазара усещат сезонните колебания на външната ни търговия [8, с.72].

Въпреки възприетите мерки БНБ не може да предотврати сериозните колебания на курса на лева и по този причина се прибегва до ограничаване на свободната валутна търговия. Нормативно това се свързва с Наредба (до края на 1923), а след това и със Закон за търговията с външни платежни средства. Закрива се Валутната борса и се утвърждава монопол на търговията с девизи при БНБ. На практика се затваря валутният пазар и се въвежда официален валутен курс, определян от БНБ.

Въвеждането на режима на валутни ограничения от този период се характеризира с издигане на ролята на БНБ като Регулатор на: всички сделки с външни платежни средства; валутните курсове; продажбата на валута; изкупу-

ване на валута; междубанкови валутни сделки и др. [9, с.82].

В края на 20-те години е направен опит чрез Закона за стабилизация на лева и монетната циркулация в Царство България за премахване на валутните ограничения. Опитът за промяна в режима е твърде кратък, защото избухналата световна криза прекратява процеса на либерализация. От този период по отношение на валутната търговия могат да се споменат две събития, които й оказват значително влияние.

Първо. През 1930 година формално се възстановява Законът за търговия с външни платежни средства.

Второ. През 1931 година се внасят промени в този закон, с които БНБ променя своя статут, като се превръща в централна банка и получава правото да създава наредби със значимост на официални нормативни актове.

30-те години се характеризират с поддържането на административен курс на лева, въвеждане на клиринговата система за търговия с държавите от Централна и Източна Европа и въвеждане на практиката на частните компенсации.

Годишите на Втората световна война се характеризират с огромни ограничения върху валутния обмен и върху външната търговия.

Тенденциите, които могат да се възприемат като крайни по отношение на развитието на валутните пазари и търговията с валута, продължават и след приключване на военните действия на Втората световна война. Макар че политическата карта се променя и настъпват дълбоки трансформации в обществено-политическия живот на България, конкретно за валутната търговия се добавят и още нови ограничения, отразени в приетия през 1946 година от Великото народно събрание нов Закон за търговия с външни платежни средства.

В края на 1947 година се провежда национализация на банките и предприятията и по този начин цялата банкова дейност се концентрира в БНБ, включвайки валутните операции [10]. През 1948 година се ликвидира участието на частни фирми във външнотърговската дейност, а през 1949 - и на кооперативите. На практика валутните операции и тяхната основа - външната търговия, изцяло преминават под непосредствено държавно управление. По този начин ефективно от края на 1947 година е въведен държавен валутен монопол.

Структурата и съдържанието на държавния валутен монопол в стопанската дейност се предопределят и преосмислят съобразно настъпилите промени в цялостното централно планово управление. За хипотетична възможност в развитието на валутни изяви може да се съди само по използвани термини като валутни стопански

сметки и валутни търгове, в съдържанието на които се вписват нискоефективни практики за употреба на валута.

Наред с модификациите на правата в областта на външната търговия и произтичащите от тях форми на валутен обмен, периодът след началото на 70-те години включва и опити да се прилагат различни варианти на административни валутни курсове. Самата същност на централното планово управление създава условия като основна форма на валутен курс да се прилага официалният валутен курс и обявеното чрез него официално златно съдържание. Промените в златното съдържание за годините след Втората световна война засяга протеклите две (1947 и 1962) от общо трите проведени парични реформи (1947, 1952, 1962).

Реално опитите за приложение на компенсаторни механизми, обосноваващи нуждите от валутна търговия при външнотърговски прояви, намират израз в употребата на валутни коефициенти като финансов или валутен коефициент на ценообразуване. Споменатата българска практика, развиваща се през 80-те години за употреба на различни видове валутни съотношения, може да бъде тълкувана като уместна реакция за конкретните условия, съпътстваща административния валутен режим [11]. Наред с това се задълбочава и присъствието на „черен“ валутен пазар. В края на 80-те години в стопанския живот се налага и финансовият механизъм, известен като „валутен лев“, обвързан с двоен стандарт по отношение на валутния курс, съответно основен за търговските операции и пазарен за нетърговските. Бурното развитие на световната икономика и развитието на кризисни моменти провокират в последните години промени във валутното законодателство. По този начин се нарушават границите в обхвата на валутния монопол.

Обособяването на безмитни зони и някои текстове от Указ №56 за стопанска дейност ограничават действието на предвидените от Закона за сделки с валутни ценности и валутния контрол забрани и ограничения. Това до известна степен ограничава действието на държавния валутен монопол, но не може да се твърди, че той напълно е игнориран [12].

Всичко написано за периода до 1990 година доказва, че държавен валутен монопол присъства и въпреки огромните ограничения и наложени забрани светът на бизнеса и развиващите се интереси не престават да търсят пътища за развитие и усъвършенстване, като от споменатата тенденция не прави изключение и България.

Настъпилите промени в общественото развитие на България след 10.11.1989 година предопределят и огромни трансформации в икономическото развитие. Преходът от централно

управлявано държавно стопанство към пазарна икономика се свързва с редица икономически събития, отразяващи конкретни обществено-политически актове. В този ред на мисли и развитието на международната търговия, и валутният пазар търпят драстични изменения.

С постановление №15 на МС/08.02.1991 в България се либерализира валутният режим. Този акт поставя началото на функциониране на български валутен пазар [13, с.194]. Машабът и насоките за развитие се структурират от спецификата на валутния режим. В общ план изминалите години доказват, че условията на валутен режим съхраняват, но и разширяват тенденцията на либерализация във валутната търговия, отговаряща на растящите нужди на българската икономика. Хронологично погледнато, българският лев преминава през няколко етапа на своето правно развитие, социално усъвършенстване и практическо приложение от относително затворена валута в условията на вътрешна конвертируемост при неразвит пазар през типично плаващ курс с висока степен на непредсказуемост до въвеждане на Валутен съвет и привързване към марката и след това към еврото.

Критичният ретроспективен преглед доказва, че администрирането на държавния валутен монопол е свързано с конкретна функционалност. За нейното фиксиране спомагат двата плана на неговото развитие; първият – движението на валута, вторият – регулиране на валутните взаимоотношения. Това предопределя обособяването на две функции – организационна и защитна.

Организационната функция намира израз в целенасоченото съсредоточаване на всички валутни източници в и към банковите институции с основната цел да се създават условия за опазване и увеличаване на държавния валутен фонд и устойчиво поведение на националната валута. Конкретната функция се обезпечава при стриктното прилагане на валутни забрани, разрешения и ограничения.

Защитната функция на държавния валутен монопол се отразява във взаимоотношенията на РБългария с другите страни по повод на валутния контрол. Целта е превенция и отстраняване на негативни тенденции във валутните отношения. Реално всяка валутно-правна норма е форма за защита на националните интереси.

За ефективната реализация на функциите на държавния валутен монопол е необходима адекватна система за валутен контрол. Поради това, че валутният монопол е приоритет на държавата, то и нужният контрол има възможност да бъде единствено и само във вид на специализиран държавен контрол [14, с.23].

Придобиването на пълна представа за държавния валутен монопол е свързано и с анализ на неговото съдържание, тълкувано като целенасочени правила и обективни норми за реализация. Структурата му включва валутно-правни забрани и валутно-правни задължения за конкретни операции и действия [15, с.83].

Качество на валутно-правни забрани придобиват всички непозволенни сделки и реални действия с валутни ценности и имущество под валутен контрол, посочени в Закона. Забраните имат две разновидности – абсолютни и относителни.

Абсолютните валутни забрани включват изключителната забрана да се осъществява валутна сделка и конкретни действия. Реално те притежават характер на безусловно недопустими прояви и не могат да се заобиколят или игнорират дори при изрично съгласие на някои от контролните органи. Дори при наличие на подобно съгласие, то става нищожно и итнорира законосъобразността на сделка.

При относителните валутни забрани се създават различни правни възможности за частично игнориране на определени забрани. Този акт става чрез изключване на действието на относителната забрана при наличие на обосновано и законно регламентирано разрешение, издадено от упълномощен валутно-контролен орган. В преобладаващата си част тези казуси са заложени в Закона и подлежат на допълнителни условия и режими.

Валутно-правните задължения за конкретни действия са задължителни по характер действия, които трябва да реализират участниците в сделките с валутни ценности и имущество под валутен контрол, като: деклариране, документиране, отчитане и предаване на сведения за извършени валутни сделки и т.н.

Както вече изложението доказва, държавният валутен монопол се утвърждава като необходима среда за развитието на валутния контрол и като система, и като институционалност, и като функционалност.

По своята същност валутният контрол е специфичен контрол, обвързан с реализацията на държавния валутен монопол. Форматът на неговото съдържание е зададен от границите, в които се осъществява този монопол, и целите, които са му вменени. Този фундамент предопределя правомощията на субекта на валутен контрол от една страна, а от друга фиксира съдържанието на конкретните процедури и формулира конкретиката на техния организационно-правен характер.

Принципната основа на валутния контрол е съответна на държавната политика. В настоящия етап тя е насочена към усъвършенстване на

системата за разплащане с валута, регулиране на валутните постъпления, оптимизиране на валутните резерви, контрол на БНБ върху валутните курсове и баланс в търсене и предлагане на валута. Поради изброените причини държавата създава свой модел на поведение и именно неговото спазване е основна задача на валутния контрол.

Всяка държава на базата на цели и задачи създава своя валутна стратегия, която е обвързана с икономическото " развитие. По този повод развитието на валутния контрол до голяма степен е обусловено от бизнес условията, като преди всичко се съблюдават резистентността на икономиката към чужди инвестиции, стремежът към икономическо развитие и разширяване на пазара.

Промените след 1990 година създават предпоставки за либерализиране на валутния режим в страната [16]. Тези обстоятелства рефлектират и върху съдържанието на валутния контрол. В известна степен отпадат ограниченията за произхода на валутата на местни лица, създават се възможности търговските банки да откриват валутни депозити на всички физически лица. Привличането на валута по този начин и промяната в съдържанието на валутната стратегия обаче не може да се тълкуват като отслабване на валутния монопол и придружаващия го контрол. Контролните мероприятия се насочват към търговията с валута по занятие, придобиването на недвижимо имущество от местни лица в чужбина, уреждане на задължения, добиване, преработка и сделки с благородни метали, скъпоценни камъни и други валутни ценности.

Разглеждайки накратко структурата на контролната система и спецификата на валутния контрол, може да се каже, че всеки елемент има конкретен и специфичен израз. В субектната структура могат да се различат държавни, контролни институции като МФ, БНБ, търговски банки и други банкоподобни институции, НАП, както и други предприятия и лица по смисъла на валутното законодателство. В обектната структура разграничаваме сделки и други операции с валута и ценности и поведението на засегнатите от тези действия страни [17, с.66]. Като инструментариум може да се споменат всички валутно-контролни процедури, реализирани в измеренията на икономическата реалност, където протичат парични потоци и се реализират транзакции и превалутиране.

Стандартите, с които се съобразява и работи валутно-контролната система, са регламентирани от нормативната база и физически са зададени и адаптирани с международните стандарти. Структурата на нормативната уредба, рег-

ламентираща извършването на специализирани дейности по валутен контрол, включва валутно-правни разрешения, валутно-правни забрани, валутно-правни ограничения и валутно-правни задължения за действия. Споменатите елементи, разглеждани като конкретен израз на разнородни юридически основания, са дефинитивно приложими за различни валутни сделки и за различни времеви периоди. Тяхното приложение се съобразява със степента на развитие на валутния монопол.

Други важни условия, които предопределят обосноваването на дадена сделка, са мястото и субектите по сделката. В този смисъл една и съща валутна сделка е възможно да попадне едновременно и под забрана, и в разрешение, като това се съобразява с място и лица, участващи в самата сделка.

Написаното за българския валутен пазар, работещ под юрисдикцията на държавния валутен монопол, дава възможност да се счита, че това е един динамичен модел, релевантно обслужващ обществено значимите нужди, създаващ условия за развитие на българската икономика, като консолидира по подходящ начин усилията ѝ за вписването в световната икономическа система. Реално работата на този социален механизъм създава условия да се усъвършенства валутният контрол и като институционалност, и като методология поради задълбочаването на глобализацията и необходимостта да се съхраняват и контролират заявените общочовешки и наднационални интереси.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Симеонова, Д., Р. Тодев, Търговия с опции на валутния пазар Форекс. Пловдив, Макрос, 2007.
2. Радков, Р. Валутни и валутни сделки. Свищов, СА „Д. Ценов“, 1996.
3. Масларов, Св., Валута, валутни курсове, лихвени проценти и как да ги прогнозираме. Варна, Принципс, 1994.
4. Иванов, К. Валутно законодателство. С., Апис, 2000.
5. Уедърфорд, Дж. История на парите, С., Обсидиан, 2001.
6. Закон за правото на рязане на монети в Княжеството. - *ДВ*, бр.49/1880.
7. Устав на БНБ, приет от III обикновено Народно събрание. БНБ (сборник документи).

Т.3 (1915-1929). - *Главно управление на архивите*, С., 2001.

8. БНБ. 120 години Българска народна банка (1879-1999). С., 1999.

9. БНБ (сборник документи), т.3 (1915-1929). - *Главно управление на архивите*, С., 2001.

10. Закон за банките. - *ДВ*, бр.302 /1947.

11. Правилник за банките. - *ДВ*, бр.102 /1982.

12. Постановление №33 за преустройство в банковата система. - *ДВ*, бр.46/1987.

13. БНБ. 120 години Българска народна банка (1879-1999), С., 1999.

14. Томева М., Д. Добрева. Валутен и митнически контрол. Свищов, СА „Д. Ценов“, 2006.

15. Златарев, Ем., Валутно законодателство на България, Сиела, С., 1995;

16. Закон за БНБ - *ДВ*, бр.50/1991.

17. Стоянов, Евг. Няколко въпроса на валутния контрол. Бургас, Флат, 2013.

REFERENCES:

1. Simeonova, D., R.Tolev. Targoviya s optsii na valutniya Pazar Foreks. Plovdiv, Makros, 2007.
2. Radkov, R. Valuti I valutni sdelki. Svishtov, SA „D. Tsenov“, 1996.
3. Maslarov, Sv. Valuta, valutni kursove, lihveni protsenti i kak da gi prognozirame. Varna, Printsips, 1994.
4. Ivanov, K. Valutno zakonodatelstvo. S., Apis, 2000.
5. Uedarford, Dzh. Istoriya na parite. S., Obsidian, 2001.
6. Zakon za pravoto na ryazane na moneti v Knyazestvoto. – *DV*, br. 49/1880.
7. Ustav na BNB. – *Glavno upravlenie na arhivite*, S., 2001.
8. BNB. 120 godini Balgarska narodna banka (1879-1999). S., 1999.
9. BNB (sbornik dokumenti), t.3 (1915-1929). - *Glavno upravlenie na arhivite*, S., 2001.
10. Zakon za bankite. – *DV*, br. 302 /1947.
11. Pravilnik za bankite. – *DV*, br. 102 /1982.
12. Postanovlenie №33. – *DV*, br. 46/1987
13. BNB. 120 godini Balgarska narodna banka (1879-1999). S., 1999.
14. Tomeva, M., D. Dobрева. Valuten i mitniheski control. Svishtov, SA „D. Tsenov“, 2006.
15. Zlatarev, Em. Valutno zakonodatelstvo na Bulgaria. S., Siela, 1995.
16. Zakon za BNB. – *DV*, br. 50/1991.
17. Stoyanov, E. Nyakolko vaprosa na valutniya control. Burgas, Flat, 2013.

**ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ВЪНШНОТЪРГОВСКИТЕ СТРАТЕГИИ НА
БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНТЕКСТА НА ДЪЛГОВАТА КРИЗА В
РЕПУБЛИКА ГЪРЦИЯ**

Николай Милев

**CHALLENGES TO FOREIGN TRADE STRATEGIES OF BULGARIAN COMPANIES IN
THE CONTEXT OF THE GREEK REPUBLIC DEBT CRISIS**

Nikolay Milev

E-mail: nikolaymbs@abv.bg

ABSTRACT

The paper presents research on the current status of the business environment in Greece as an important relevant factor for the foreign trade strategies of Bulgarian companies. The dynamic and even turbulent changes of this business environment could be considered a challenge both to Bulgarian enterprises of all sizes and Bulgarian foreign economic policy as a whole. The objective of the current analysis is to identify the above-mentioned factors and, on this basis, formulate a possible organizational reaction to the changes in the Greek business environment on both corporate and national levels.

***Key words:** debt crisis in Greece, foreign trade strategies of Bulgarian companies, direct foreign investment, relevant business environment factors, business measures on government and corporate level to react to challenges, effective organizational response*

1. Въведение

Сред основните специфични условия за развитие на националното стопанство през този век е обстоятелството, че страните от ЕС са основен пазар за българския износ на стоки и услуги и ключов източник на външни капитали и технологии. През м. май 2015 г. износът на България към останалите 27 страни членки се повишава с 11,9% на годишна база. През петте месеца на 2015 г. общият износ на България към ЕС се равнява на 11,59 млрд. лв., което е с 12,2% повече в сравнение със същия период на 2014 г. [1]. Едно от малкото географски направления на износа, по които България има през значителни периоди положително салдо, са страните от Балканския полуостров. Република Гърция попада и в двете гореспоменати категории страни и предвид това протичащите през последните няколко години, в частност след 2010 г. динамични стопански процеси, свързани с дълговата криза на тази страна, са ключов релевантен фактор на развитието на българския износ и българската икономика като цяло.

Нестабилната макроикономическа среда в Гърция, изискванията на международната фи-

нансова общност по погасяване на външните задължения и въвеждането на стриктен вътрешен и външен капиталов контрол и ограничения върху операциите на банките в страната поставиха предизвикателство пред мерките за оздравяване и постигане на растеж на гръцката икономика. Предвид относително неголемия размер на гръцката икономика, не се очаква този контрол да има значителен пряк негативен ефект върху еврозоната и икономиката на ЕС [2]. Относителният дял на населението на Гърция е 3,2% от населението на ЕС, а брутният вътрешен продукт (БВП) на страната е 1,8% от БВП на ЕС, което индикира ролята в европейското икономическо пространство. В този смисъл обект на настоящото изследване е въздействието на дълговата криза в Гърция върху външната търговия на България и възможни организационни отговори на българските предприятия на динамичните промени в бизнес средата на тази страна.

2. Изложение

Отражението на дълговата криза в Република Гърция върху българската икономика и външна търговия е многоизмерно и може да

се разглежда както в негативен, така и в позитивен аспект от гледна точка на новите предизвикателства и възможности като пазарни ниши, приложими бизнес модели и стратегии, реструктуриране на пазарите на фактори на производството, най-вече суровини и материали, капитали и пазара на труда. В контекста на казаното бихме могли да открием редица както отрицателни, така и положителни релевантни фактори на бизнес средата в тази наша южна съседка.

2.1. Фактори на бизнес средата с негативно действие

Сред факторите с пряко въздействие върху външноикономическите взаимоотношения на България и Гърция са:

а. Свърхзадлъжнялост към международната финансова общност, в това число ЕЦБ, страни-членки на Европейския съюз (ЕС), Европейската инвестиционна банка (ЕИБ), Международния валутен фонд (МВФ), Европейски фонд за финансова стабилност и частни инвеститори. При подписването на първия спасителен пакет през 2010 г. на Гърция са предоставени двустранни заеми от правителствата на еврозоната в размер на 52,9 млрд. евро.

В рамките на втория спасителен пакет, договорен през 2012 г., Гърция до момента е получила 141,8 млрд. евро. По тази договореност страната можеше да получи 1,8 млрд. евро до 30.06.2015 г. при спазване условията на кредиторите си. Сред основните кредитодатели в рамките на този пакет са Германия с 57,23 млрд. евро, Франция - 42,98 млрд. евро, Италия - 37,76 млрд. евро, и Испания - 25,1 млрд. евро. Тези суми не включват вноските

Таблица 1. Задължения на Гърция към външни кредитори

Година	Дължими суми по кредити (в млрд. евро)
2015	15
2016	6
2017	7,5
2018	3,5
2019	11

Източник: <http://www.investor.bg>

От юли до декември 2015 г. Гърция трябва да върне общо 10,35 милиарда евро по главница към МВФ, ЕЦБ и ЕИБ, без лихвите или рефинасирането на тримесечни и шестмесечни държавни облигации, което страната трябва да прави почти всеки месец.

Във времевия интервал до 2022 година се очаква дългът на Гърция да остане на нива около 170% от БВП (при предишна оценка за 142%). МВФ отчита, че новите прогнози са

на държавите в заемите, дадени от МВФ. Що се касае до матуритета на заемите, държавите в еврозоната удължиха от 15 на 30 г. сроковете за изплащане на тези заеми и намалиха лихвите по тях, като позволиха и 10-годишен мораториум за лихвите по втория спасителен пакет [3].

В резултат на договореностите между лидерите на 9-те страни от Еврозоната и Гърция от 13.07.2015 г. за по-нататъшно участие на Атина в Евровалутната зона бе договорена трета програма за издължаване на международните кредитори с оглед натрупаните 323 млрд. евро външен дълг през 2015 г. Обемът на помощта може да достигне между 82 и 86 млрд. евро за 3 години; до 25 млрд. евро от програмата ще бъдат използвани за рекапитализиране на гръцките банки, като въпросът за класическо отписване на дълга не е на дневен ред. МВФ като един от „тройката“ преговарящи от страна на международната финансова общност има ангажимент да отпусне 16,3 млрд. евро при условие, че бъдат продължени икономическите реформи. На 27.06.2015 г. Гърция стана първата държава, неплатила в срок задължение в размер на 1.7 млрд. щ.д. към МВФ.

Величините на задълженията към ЕЦБ, ЕИБ, европейските правителства, Европейския фонд за финансова стабилност, МВФ и частни инвеститори за периода 2015-2019 г. са представени на Таблица 1, като най-големи задължения за периода до 2054 година - общо около 15 милиарда евро, следва да бъдат изплатени през 2015 г.

обект на „значителен риск в низходяща посока“ и още по-влошаващи се дългови параметри и е вероятно страните от еврозоната да предоставят финансиране на Гърция над сумата в постигнатото споразумение за тригодишна финансова подкрепа в размер между 82 и 86 млрд. евро. Актуално изследване на МВФ поставя под съмнение и предположението на европейските кредитори, че към края на новата спасителна програма през 2018

година Гърция ще може да излезе на външните пазари, за да привлече финансов ресурс. От страна на Европейската комисия се третира възможност за „препрофилиране“, но не и отписване на дълг

б. Биха могли да се открият редица ключови направления на въздействие на процесите в гръцката икономика върху външната търговия и движението на факторите труд и капитал на България. Спадът на реалния БВП в периода 2008-2014 г. е 26% (от 242 млрд. евро на 179 млрд. евро) [4]. Този показател на глава от населението на годишна база бележи спад за посочения период с 24% (от 22500 евро на 17000 евро). Отношението държавен дълг/БВП през 2014 г. бе 177%, като размерът на този дълг е 317 млрд. евро (при 356 млрд. евро през 2011 г. и 305 млрд. евро през 2011 г.) – третият по големина в света след тези на Япония и Зимбабве. Годишният бюджетен дефицит е в размер на 3.4% от БВП през 2014 г. – стойност, близка до допустимите в европейското икономическо пространство в сравнение с 15% през 2009 г., т.е. над четири пъти по-малко. Нещо повече, ако се изключат плащанията по лихви на външния дълг, бюджетът бележи излишък през 2013-2014 г. Същевременно величината на приходната част на бюджета през 2014 г. е около 50 % от БВП (89.5 млрд. евро)

в. Що се касае до лихвените равнища за държавни дългосрочни кредити, те нараснаха от около 6% през 2014 г. на около 10% през 2015 г., което резултира в около 20 млрд. евро лихвени плащания годишно - около 23% от приходите в държавния бюджет. За сравнение, аналогичното съотношение в САЩ е около 8%, а държавните ценни книжа на Германия се характеризират с годишна лихва под 1%. Стремешът е в средносрочен времеви хоризонт лихвите по отпуснатите заеми на Гърция да отговарят на върховия „AAA“ кредитен рейтинг.

г. Сред социалните измерения на дълговата криза е обстоятелството, че около 44% от гръците живеят под официалния праг на бедност през 2014 г. Нивото на безработица значитимо нарасна от нива под 10% през 2005 г. на около 27% през 2013-2014 г.

д. Според националната статистика, през август 2015 г. потребителските цени са се понижали с 1.5%, което е индикация за възможна дефлационна спирала [5].

2.2. Позитивни фактори на бизнес средата в Гърция

Въпреки трайните очаквания за двугодишна рецесия, приетите мерки създадоха предпоставки за конкретни позитивни промени:

Гърция се ангажира да увеличи значително приватизационната програма, като прехвърли активи на стойност 50 млрд. евро към базиран в Гърция независим фонд, който да осъществи приватизацията. Този фонд под надзора на германската Банка за развитие ще бъде ползван като гаранция от кредиторите. €12,5 млрд. от цялата сума ще са за инвестиции, а останалите €37,5 млрд. ще са за връщане на ликвидните помощи от ЕЦБ и за изплащане на дългове [6].

Парламентът на Гърция прие в оперативен порядък редица закони: за по-високи ставки на ДДС и разширяване на данъчната основа, за независимостта на статистическата служба и автоматични съкращения на бюджетните разходи при първичен дефицит, за актуализация на потребителските такси, за реформи в пенсионната система през 2015 г., относно големите възможности за ранно пенсиониране, липсата на връзка между платените осигуровки и размера на пенсиите, за „полуавтоматично орязване на разходите“, ако правителството не постигне целите си за бюджетен излишък. Пакетът закони включва и регулиране разширяването на периода на продажбите на дребно, реформиране пазара на хлябни и фармацевтични изделия и млечни продукти, либерализиране на затворени и защитени професии и пазара на труда, решаване на проблема с несъбираемите банкови кредити и засилване на банковия контрол. Договорено бе свиване на разходите за администрацията.

През юли 2015 г. една от трите водещи рейтингови агенции Standard & Poor's повиши рейтинга на Гърция с две степени до ССС+ в резултат на споразумението с кредиторите от 13.07.2015 г. Нещо повече - друга водеща агенция - Fitch, също повиши кредитния рейтинг на Гърция на 09.08.2015 г. [7]

При прогноза за 0.5% ръст, реалният брутен вътрешен продукт (БВП) на Гърция се повиши през второто тримесечие спрямо предходното с 0,9%, като по отношение на същия период на 2014 г. ръстът е в размер на 1,4%. [8] Тази динамика е съпътствана със спад на номиналния БВП, от което следва, че ценовите нива в страната се понижават с темп, по-висок от този на номиналния БВП.

След решението на Атина да остане в еврозоната, редица инвестиционни компании, например Fidelity, запазват или увеличават

експозицията си към гръцки облигации, които не са на достъпни цени, а ликвидността им след споразумението с кредиторите се увеличава [9].

Финансирането на Гърция от Структурните фондове на ЕС през стратегическия планов период 2014-2020 г. е приблизително на същото ниво от предходния планов период и възлиза на 19 млрд евро. Значимо е и финансирането на двустранното икономическо сътрудничество България – Гърция [10].

Табл. 2. Динамика на стокообмена на България и Гърция (в млн. евро)

Година	Стокообмен	Износ	Внос	Салдо
2006	2 039.650	1 072.600	967.050	105.550
2007	2 575.690	1 220.190	1 355.500	-135.310
2008	2 870.190	1 508.610	1 361.580	147.030
2009	2 139.998	1 111.499	1 028.499	83
2010	2 378.636	1 236.711	1 141.925	94.786
2011	2 736.618	1 423.559	1 313.059	110.500
2012	3 037.197	1 494.552	1 542.644	-48.092
2013	2 981.369	1 545.992	1 435.377	110.615
2014	2 817.560	1 480.785	1 336.775	144.010

Източник: Министерство на икономиката на Р.България, www.mi.government.bg [11]

До 2013 г. износът на България бележи постоянен ръст, като в сравнение с 2006 г. растежът е с внушителните 44.1%. Обемите на износа и вноса в стойностно изражение през 2014 г. в сравнение с предходната година намаляват съответно с 4.22% и 6.9%, но се наблюдава подобрене на положителното салдо с 30.19 % , което е значим резултат, още пове-

2.3. Двустранна търговия със стоки и услуги

Република Гърция е традиционен водещ външнотърговски партньор на РБългария. Общата граница и географската близост, свободното движение на стоки и услуги в рамките на ЕС са мощен стимул за развитие на двустранната търговия, която има следната динамика в стойностно измерение (Таблица 2):

че, че през 2007 г. и 2012 г. търговското салдо е отрицателно. Въпросният спад е пренебрежимо малък в сравнение със спада на БВП на Гърция от 26% за периода 2008-2014 г. Що се касае продуктовата структура, водещи стоки в износа за южната ни съседка през 2014 г. са представени на Таблица 3:

Табл. 3. Водещи стоки в продуктовата структура на износа от България за Гърция през 2014 г.

No	КодМТ	Описание	%
1	2716	Електрическа енергия	5.21
2	1001	Пшеница и смес от пшеница и ръж:	4.23
3	1512	Слънчогледово или памучно масло и техните фракции	3.13
4	6106	Ризи, блузи	2.68
5	2401	Сурови или необработени тютюни;	2.65
6	0406	Сирена и извара:	2.30
7	0207	Меса и каранти, годни за консумация, от домашни птици от N 0105, пресни, охладени или замразени:	2.06
8	6104	Костюми, рокли, поли, панталони и др.	1.98
9	7010	бутилки, буркани други средства за затваряне от стъкло:	1.98
10	4401	Дърва за горене или в подобни форми:	1.86

Източник: Министерство на икономиката на Р.България, 2015 г., www.mi.government.bg

През периода 2013-2014 г. в продуктовата структура на българския износ за Гърция се открояват продуктови групи, по които имаме конкурентни предимства в износа въобще: трикотаж и конфекция, зърнени култури, сирена и извара, части и принадлежности за машини и апарати, месо от птици, стъкларски изделия и др., отличаващи се с невисок относителен дял на добавена стойност. Това е ха-

рактерно за търговията с готова продукция „на ишлеме“ с облекло. Пример за прилагане на агресивна ценова стратегия на пазара в Гърция е износът на яйца от български производители за тази южна съседка. Пазарният дял на българските износители на яйца в Гърция е около 20%, като се позиционира на сегментите туристически пазар и вътрешна търговска мрежа [12]. През 2014 г. цените на

едро на яйцата в България са на нива около 150 евро за кг. или 8 евроцента за 1 бр., което е една от най-ниските цени в ЕС, като основни конкуренти са Полша, Румъния и Белгия.

Табл. 4. Водещи стоки в продуктовата структура на вноса от Гърция в България през 2014 г.

No	КодМТ	Описание	%
1	2710	Нефтени масла	18.52
2	7601	Неообработен алуминий:	3.23
3	2401	Сурови или неообработени тютюни;	2.72
4	3902	Полимери	2.46
5	7404	Отпадъци и отломки от мед	2.13
6	9503	Други играчки;	2.03
7	8517	Електрически апарати	1.57
8	6106	Ризи, блузи	1.40
9	2402	Пури	1.37
10	6006	Други трикотажни платове	1.30

Източник: Министерство на икономиката на Р.България, 2015 г., www.mi.government.bg

Голяма част от временния внос от Гърция за България се формира от текстилни материали и изделия, които са свързани с търговски операции на „ишлемерите“ у нас, минерални и химически продукти, машини и оборудване и неблагородни метали. Вносът от южната съседка на зеленчуци и плодове е конкурентен. Така например себестойността на килограм качествени български домати от оранжерия е 60-70 стотинки без данък добавена стойност (ДДС), като с опаковката и заготовката цената стига 1,20 – 1,30 лв./кг., а съответната гръцка продукция е значително поевтина. Сред установилите се тенденции на вътрешния пазар на Гърция е поскъпването на храните, като вътрешното потребление се очаква да намалее, тъй като ставката на ДДС се повишава от 13% на 23%. По-конкретно с 8% се очаква да поскъпнат захарните изделия, безалкохолните напитки, соковете, консервите, шоколадовите изделия, кафето, растителните масла, маргарините и маслата от животински произход, а също таксите за обучение, ремонтните услуги и други. С 23% ДДС ще бъдат обложени също и билетите за градския транспорт, таксиметровите тарифи, билетите за влаковете и самолетните билети за вътрешните дестинации. Вследствие на това се очаква свиване на потреблението, което намира израз в спада на оборота в заведенията за хранене с около 50%. След повишаване на акцизите един литър бензин струва близо 1,60 евро, докато в България цената на литър бензин е по-ниска - около 1,16 евро.

За сравнение, в България цените на стоките за периода септември 2014 - август 2015 г. спрямо същия интервал преди година нама-

Продуктовата структура на вноса се характеризира със следните особености, представени на Таблица 4:

ляват с 0.2%, а от началото на 2015 г. спадат с 0.3%.

Относно търговията на Гърция с трети страни, според някои прогнози, публикувани преди споразумението от м.юли 2015 г., се очакваше спад на износа за Гърция от страни като Индия, Китай и Тайван. Около 16% от износа на азиатските страни е насочен към Европа, като този показател за Индия е 25%, а за Китай 20%, като се отнася основно за сектори като информационни технологии, производство на текстил и производство на автомобили. 5-7% от общия обем на производството на тези сектори се изнася в Европа [13].

2.4. Свободно движение на капитали между двете страни в контекста на еврочленството

През времевия интервал 1996-2014 г. инвестициите на Гърция в България възлизат на 3,581 млрд. евро, което представлява около 8,2 % от общия размер на инвестициите у нас за този период (43,7 млрд. евро). От общо 182 страни Гърция с 3580.8 млн евро инвестиции е на трето място сред инвеститорите у нас през 2014 г., като се нарежда след Нидерландия – 7.023 млн. евро, и Австрия - 5944.7 млн евро. През 2014 г. е регистриран отток на капитали в размер на 30.3 млн. евро или 0.8% от размера, което е пренебрежимо малко. (Таблица 5). През 2012 г. нетните плащания от България към Гърция са надхвърлили притока на преки инвестиции с 125,7 млн. евро. През 2011 г. оттокът е в размер на 0.1 млн евро, останалите години салдото по капиталовата сметка е положително за България. За сравнение изтичането на капитала към Австрия, Кипър, Великобритания и Унгария през

определени години е много по-значимо по размер. Гърция е в челните места на държавите-източник на ПЧИ у нас в секторите търговия, финансово посредничество и недвижимо имущество. За 2013 г. преките инвестиции от

Гърция възлизат на 67,5 млн. евро, а за 2014 г. нетните плащания към Гърция надхвърлят притока на преки инвестиции с 30,3 млн. евро.

Табл. 5. Приток на ПЧИ в България за периода 1996–2014 г.:

Период	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Общо (млн. евро)
Общо	2436.9	1151.2	1330.2	1141.7	1446.3	1289.1	43700.4
Нидерландия	654.7	1240.2	-5.0	70.1	544.2	935.5	7023.3
Австрия	422.2	-654.2	585.9	-189.6	-0.3	256.6	5944.7
Гърция	218.7	63.6	-0.1	-125.7	67.5	-30.3	3580.8
Великобритания	251.1	-257.9	-298.4	-71.5	-80.4	175.7	2604.5
Германия	271.4	80.8	-45.7	78.8	80.8	-275.6	2417.2
Кипър	288.7	105.8	97.1	-167.2	-16.2	27.1	2103.9
Русия	166.1	205.4	206.9	256.2	63.6	116.8	1961.7
Швейцария	86.2	-55.9	40.5	309.0	114.9	108.6	1623.0
Италия	43.0	71.1	103.2	66.4	51.0	19.0	1488.7
Унгария	111.5	70.5	-92.7	39.5	5.9	52.3	1358.7

Източник: Министерство на икономиката на Р.България, 2015 г., www.mi.government.bg, Българска народна банка (БНБ).

За периода 2004 – 2014 г. по Закона за насърчаване на инвестициите са сертифицирани и изпълнени четири проекта с участие на гръцки инвеститори: „Стомана индъстри” АД, гр. Перник (група Виохалко, Гърция), изграждане на цех за производство на прокатни изделия, Софямед АД, гр. София (група Виохалко, Гърция), увеличаване на капацитета и на производството на изделия от мед и месинг „Айкон” ЕООД, гр. София, с

гръцко участие, „Комплекс за забавление и спорт“, Пашеница. Във връзка със сертифицирания проект на „Стомана индъстри” АД като насърчителна мярка държавата е предоставила през 2008 г. и 2010 г. средства в размер на 5.3 млн. лв. на Община Перник за изграждане на общинска инфраструктура (пътна и ВиК) до индустриалната зона на гр. Перник. Сред по-значимите инвестиционни проекти са и представените на Таблица 6:

Табл. 6. Водещи гръцки инвеститори в България:

Инвеститор	Българско дружество	Дейност
National Bank of Greece	ОББ АД	банкова дейност
ALICO/CEN, САЩ/Кипър	Пощенска банка АД	банкова дейност
Heidelberger Zement, Реа цемент	Златна Панега, Гранатоид	производ. на цимент
Vareck overseas,	Дружба	производство на стъкло
VIOHALCO, (Halkor, Sydenor)	Стомана индустри, Софямед, Стилмет	метали и метални изделия
Agriway	Агрохолд	търговия
Brewinvest	Загорка АД	пивоварна
Pireosbank	Евробанк АД	банкова дейност
Ucos Petroleum	Нафтекс, Петрол АД	търговия с нефтопродукти

Източник: Министерство на икономиката на Р.България, 2015 г., www.mi.government.bg

Що се касае до „Глобул, Космо мобайл“, на 01.08.2013 г. тя бе продадена от гръцката ОТЕ на „Теленор“, Норвегия.

По отношение секторната структура на преките инвестиции, водещи по отношение на стойности и пазарни дялове се открояват сектори „Банково дело“, „Производство на стомана“ и „Производство на цветни метали“, които понастоящем бележат възстановяване и са сравнително стабилни както на вътрешния

така и на международния пазар. С оглед на затруднената инвестиционна и бизнес среда в Гърция, около 60000 гръцки фирми разглеждат интернационализацията като вариант за запазване на бизнеса [14]. След 2009 г. гръцки физически лица и предприятия инвестират в недвижими имоти в пограничните градове на България – Петрич, Сандански, Гоце Делчев и др., като в България функционират около 14000 гръцки предприятия главно в туристи-

ческият сектор, търговията, продажбите на недвижими имоти и финансовите услуги, които създават около 70 000 работни места. Само в гр. Петрич броят на гръцките фирми надхвърля 2000 [15]. При това бизнес моделът се характеризира със следното: гръцките компании прехвърлят към България само паричните потоци, като местоположението на основната им дейност си остава там, където е. Предпоставки за инвеститорския интерес и привличането на гръцки капитали са силните страни на инвестиционната среда у нас като източник на потенциални и реални устойчиви конкурентни предимства, сред които:

- капитализацията на българските банки е два пъти по-голяма от средната за ЕС;

- БВП на България през второто тримесечие на 2015 г. в сравнение със същия период на предходната година бележи растеж в размер на 2.2%;

- валутният съвет функционира от 1997 г. досега и е фактор за относителното постоянство и устойчивост на основните макроикономически показатели и прогнозируемост на бизнес средата;

- през август 2015 г. „Стандард енд Пуърс“ оценява България с рейтинг ВВ+ и стабилна перспектива, Румъния с ВВВ- стабилна, Македония с ВВ- стабилна, Албания с В+, а Сърбия с ВВ- и отрицателна перспектива. Длъжник, оценен с ВВВ, разполага с достатъчен капацитет, за да изпълни финансовите си ангажименти. Съпоставката между тези показатели индикира за наличие на конкурентни предимства на българската икономика по отношение на възможност за привличане на външни капитали в сравнение с други страни от региона;

- от 2008 г. величината на данък общ доход, както и на корпоративния данък, е 10% на годишна база, като това са едни от най-ниските величини в ЕС. Вследствие на това в България фирма с печалба от около 50 000 евро плаща около 10 000 евро по-малко данъци, отколкото в Гърция. Благодарение на ниските нива на данъци и социални осигуровки, гръцките предприемачи могат да спестят две трети от фирмените данъци и над една трета от разходите за социални осигуровки;

- административните и банково-кредитните условия за инвестиране в България в сравнение с Гърция са по-стабилни и прогнозируеми;

- макар и в затруднено положение, Гърция създава БВП, два пъти по-голям от този на

България като предпоставка за значимо движение на капитали;

- при регистрация на фирми и автомобили у нас гръцките предприятия спестяват около 75% от разходите за данъци и застраховки на автомобилите.

2.5. Междубанково сътрудничество

След период на стриктен контрол върху движението на капитали тримесечна ваканция гръцките банки бяха отворени през м. юли 2015 г. С това се създадоха условия за възстановяване на двустранните инвестиционни и банкови взаимоотношения. В ход е процес на рекапитализация на гръцките банки като предпоставка за стабилизиране на гръцката икономика и връщането и на пътя на растежа. Гръцката Алфа банк (Alpha Bank) е най-разпространена в географски план, с клонове в Румъния, България, Сърбия, Албания и Македония (Стандард енд Пуърс). Юробанк Ергасиас (Eurobank Ergasias) и Пиреос банк (Piraeus Bank) присъстват в Румъния и България. Според анализ на рейтинговата агенция „Стандард енд Пуърс“ пазарните дялове на филиалите на гръцките банки са от около 15% от цялата финансова система в Румъния и Сърбия и над 20% в България и Македония (16). С оглед на съответния опит на банковия сектор на Кипър в Гърция се третира възможността за реструктуриране на четирите големи банки по примера на Кипър посредством сливане или придобиване и като резултат и консолидация, свиване на разходите и подобряване на ефективността. Оценките на БНБ за поделенията на гръцките банки у нас не дават основание за негативни нагласи по отношение на стабилността или вероятно значимо репатриране на печалба и капитали.

2.6. Свободно движение на граждани и туризъм

Гърция е на първо място по брой посещения на граждани в България, като се открояват визитите с бизнес и туристически цели. През периода януари – декември 2014 г. България е посетена от 1 031 981 гръцки граждани, което представлява нарастване с 10.3 % в сравнение с аналогичния период на предходната година. През гореспоменатия период българските граждани, посетили Гърция, са 866 609, като се отчита увеличение с 4.3 % и Гърция е на първо място по брой посещения. За 2013 г. България е посетена от 935 431 гръцки граждани, като се отчита ръст от 0.7 % спрямо 2012 г. 828 929 е броят на българите, посетили Гърция. Показателят бележи

ръст от 4.9 % спрямо 2012 г. И по двата показателя Гърция е на второ място [17]. В Благоевград се наблюдава традиционно седмично пазаруване, като обекти на покупка са облекла, обувки, алкохол и храни. Кризата не се е отразила и на туроператорските фирми. По-скоро броят на клиентите им за морски туризъм в южната ни съседка са нараснали в сравнение с предишен период, особено тъй наречените едnodневни турове, като няма повишение на цените по местата за настаняване и хранене на Бяло море, което е сред основните туристически обекти за гражданите на България. Броят на българите, които работят в Гърция, е около 200 000.

2.7. Междуправителствени търговско-икономически отношения

На 17 декември 2012 г. в гр. Атина са обсъдени проектът за изграждане на междусистемна газова връзка Гърция – България (IGB); проектът за изграждане на терминал за втечен газ (LNG) в Северна Гърция и търговията с електроенергия. В резултат от проведеното заседание в областта на икономиката, енергетиката и туризма беше подписано Съвместно изявление на Министъра на икономиката, енергетиката и туризма на Република България и Министъра на туризма на Република Гърция в областта на туризма.

Важен фактор на двустранното сътрудничество са Структурните фондове на ЕС. Географският обхват на „Програмата за трансгранично сътрудничество Гърция-България 2014-2020г.“ е 40,202 кв. км територия с население от 2,7 милиона жители. По линията на програмата за трансгранично сътрудничество за България е определено финансиране в размер на 110 241 234 евро в сферата на подобряване на транспортната достъпност, разширяване на трансгранични икономически дейности, иновации и икономически обмен, подобряване на системите за подпомагане на стартиращи и съществуващи малки и средни предприятия, здравните услуги и др.

Финансирането от Структурните фондове на ЕС по отношение на Гърция възлиза на 20.5 млрд. евро за периода 2007-2013 г. и 19 млрд. евро за новия стратегически планов период 2014-2020 г. [18] и играе ключова стабилизираща роля за стопанството и функционирането на пазарите на страната.

3. Заключение

С оглед гореизложеното би могло да се констатира, че Гърция, независимо от високата задлъжнялост, измерваща се през 2014 г

със съотношение Външен дълг/БВП в размер на 177%, и проблемите с погасяване на кредитите, остава основен външноикономически партньор за България, важен пазар за българските износители, както и източник на капитали и голям брой основно малки и средни инвеститори, които създават бизнес и работни места у нас. Показателно е в този смисъл, че през периода 2009-2013 г., подобно на предходни периоди, салдото на външнотърговския ни обмен с тази страна е положително. Освен това, предвид относително неголемия размер на гръцката икономика, не се очаква протичащите процеси да имат осезателно въздействие върху основния външнотърговски пазар на България – Единния пазар на ЕС. В контекста на свиването на търсенето на гръцкия пазар основно на потребителски стоки като текстил и стъклени продукти, би могло да се очаква известен спад на износа и влошаване на показателя салдо на двустранната търговия с много нисък относителен дял на добавена стойност. Отчетената дефлация на цените в България през 2015 г. е допълнителен маркетингов стимул за ръст на износа в Гърция. Очаква се поскъпване на изделия, които присъстват в структурата на българския износ като растителните масла. При подобно свиване на пазарите на потребителски стоки в южната ни съседка и преориентация към други доставчици, ефективна бизнес стратегия е агресивната ценова стратегия, както и стратегията на опростения продукт. Гръцкият корпоративен сектор от всички нива има трайни инвестиции у нас с тенденция към запазване на позициите.

Кризата в Гърция доведе до отлив на капитали, което предпоставя натиск върху пазара на труда, социалните и образователните системи, като според изразена позиция на форум с участието на Европейската агенция за професионално обучение и образование в Солун, изходът от кризата е свързан с промяна на квалификацията на работната ръка предвид повишеното търсене на висококвалифициран труд.

Констатираните положителни индикации за гръцката икономика, пазар, стоки и облигации дава основание да се изведе тезата, че е възможен сценарий на развитие в средносрочен план, подобен на този в Ирландия, Испания и Португалия. След 2009 г. тези страни изживяха дългови кризи, получиха финансов ресурс от международната финансова общност (МВФ, ЕС, банки и др.) и съумяха отно-

во да застанат на пътя на растежа. В този контекст през 2012 г. инвестиционната банка Goldman Sachs публикува изследване, според което, за да бъде Гърция конкурентоспособна, следва да позиционира по цени, средно с 30% по-ниски, при 15% за Португалия, 20% за Франция и Испания и 10-15% за Италия. Подобна промяна в посока по-висока конкурентоспособност на гръцката икономика е възможна. С оглед на гореизложеното, биха могли да се очакват следните значими промени в гръцката икономика;

- приватизация на значими публични активи с прогнозна стойност над 50 млрд. евро;

- реструктурирането на гръцката икономика и публичния сектор, изразяващо се най-вече в промяна на съотношението труд-капитал;

- промени в нивата на цените на потребителските стоки под въздействие на фактори с разнопосочно действие – повишаване на ДДС и др.;

- промени в работните заплати най-вече на администрацията;

- реформа на пенсионно-осигурителната система.

Подобна теза би могло да се изведе и при сравнение на съответните нива на производителност на труда, въпрос от ключова важност и за българската икономика, в която отделни сектори имат производителност с пъти по-ниска от средната за ЕС. Като измерител на тези процеси би могло да се възприемат лихвените нива по гръцките облигации, както и оценките на международните рейтингови агенции. Евантуално присъединяване на България към Евровалутната зона, което се третира понастоящем от ръководството на страната, би довело в дългосрочен план до нови възможности за реализиране на изгоди от взаимния търговско-икономически обмен във връзка с действието на системата за разплащане SEPA, цената на превалутирането, инструментите на Европейската централна банка за контрол и подпомагане и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национален статистически институт на Р България, 2015 - www.nsi.bg.
2. Доклад на Българска народна банка (БНБ), 2015 .
3. Financial times 2015, www.ft.com.

4. EUROSTAT 2015, CIA World Factbook, 2015.

5. Национална служба по статистика на Гърция, 16.09.2015г., ELSTAT, www.statistics.gr.

6. Financial times 2015, www.ft.com.

7. France press, 2015, www.afp.com/en.

8. Национална служба по статистика на Гърция, 16.09.2015г., ELSTAT, www.statistics.gr.

9. <http://www.bloomberg.com/europe>.

10. Министерство на икономиката на Р България, 2015 - www.mi.government.bg.

11. Министерство на икономиката на Р България, 2015 - www.mi.government.bg.

12. <http://www.investor.bg/ikonomika-i-politika>.

13. Goldman Sachs, www.goldmansachs.com.

14. Шпигел, Германия, <http://www.spiegel.de>.

15. Институт за пазарна икономика, www.ime.bg

16. Рейтингова агенция „Стандард енд Пуърс“, <http://www.standardandpoors.com/en>.

17. Министерство на икономиката на Р България, 2015 - www.mi.government.bg.

18. <http://www.eurobank.gr>.

REFERENCES

1. Natsionalen statisticheski Institut na R Bulgaria, 2015, NSI, www.nsi.bg.
2. Doklad na Balgarskata narodna banka, (BNB) 2015.
3. Financial times 2015, www.ft.com.
4. EUROSTAT 2015, CIA World Factbook, 2015.
5. Natsionalna sluzhba po statistika na Gartsiya, 16.09.2015, ELSTAT, www.statistics.gr.
6. Financial times 2015, www.ft.com.
7. France press, 2015, www.afp.com/en.
8. Natsionalna sluzhba po statistika na Gartsiya, 16.09.2015, ELSTAT, www.statistics.gr.
9. <http://www.bloomberg.com/europe>.
10. Ministerstvo na ikonomikata na R Bulgaria, 2015, www.mi.government.bg.
11. Ministerstvo na ikonomikata na R Bulgaria, 2015 г., www.mi.government.bg.
12. <http://www.investor.bg/ikonomika-i-politika>
13. Goldman Sachs, www.goldmansachs.com
14. Spigel, Germaniya, <http://www.spiegel.de>.
15. Institut za pazarna ikonomika, www.ime.bg
16. Reitingova agentsiya „Standrd end Puars“, <http://www.standardandpoors.com/en>.
17. Ministerstvo na ikonomikata na R Bulgaria, 2015, www.mi.government.bg.
18. <http://www.eurobank.gr>.

ЕФЕКТИВНИ ПОДХОДИ ЗА ВЗЕМАНЕ НА УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ ПРИ ИНВЕСТИЦИОННИ ПРОЕКТИ

Николай Милев, Розалина Милева

EFFECTIVE APPROACHES FOR DECISION MAKING APPLICABLE FOR INVEST- MENT PROJECTS

Nikolay Milev, Rozalina Mileva
E-mail: nikolaymbs@abv.bg

ABSTRACT

The paper offers a study of contemporary approaches that could be applied in the decision-making process at different stages of investment projects in order to minimize different risks and avoid decision-making biases. The specific features of investment projects, as well as the high level of investment risk and the dependence on the personal profile of decision makers require effective approaches to the decision-making process.

Key words: *decision-making process, investment risks, biases of decision-making process, effective approaches to decision making*

ВЪВЕДЕНИЕ

Важността на управленското решение е осъзната и оценена от човешкото мислене още от дълбока древност. И в наше време думите на древния учен Сун-Цзъ – „Мощта може да се оприличи с опънат докрай арбалет, а решението – с пускането на стрелата“ [1] са валидни в значима степен, още повече, че бизнес средата на предприятията нерядко се характеризира с повишена динамика, достигаща до турбулентност. Тази динамика е особено характерна за стопанските сектори с повишен инвестиционен риск, като строителство, машиностроене, инфраструктура, добивна индустрия, и изисква екипни управленски решения..

В основата на промените, свързани с предмета на дейност на предприятията, и в частност с процеса на инвестиране на финансови средства, стои човешкото решение, което е сърцевина на управлението и негова основна характеристика. Предпоставка за неговото приемане е наличието на несъответствие между желаното и актуалното състояние на бизнеса, което е пречка за неговото ефективно функциониране и развитие. Битието и работата постоянно ни изправят пред необходимостта да вземаме решения както за тривиални неща, така и по съдбовни за дейността

на предприятието въпроси. В най-тесен смисъл решението е избор между две или повече посоки на развитие на дейността, в конкретния случай инвестиционния процес. В широк смисъл вземането на решение е избор между възможни подходи за решаване на даден проблем. Към вземането на решение можем да подходим интуитивно, рационално, или като комбинираме двата подхода. Според някои автори съществува и „логически подход“ на решаване на проблемите. Вземането на решение относно проблемната ситуация осигурява равновесно състояние на управляемия обект. Управленското решение не е произволен, а волеви акт със социална насоченост и последици и представлява избор на възможен начин за постигане на предварително поставена цел при определени условия за нейното осъществяване. Редица автори определят изработването на управленски решения като най-важна управленска функция, като ядро на мениджмънта. За да се вземе управленско решение относно процеса на инвестиране в предприятието, е необходимо да са налице следните условия:

1. Диагностиката на средата, включваща прилагането на методи като матрица на „Шел“, матрица на „Бостънска консултантска група, метод на сценария, метод на „Петте конкурентни сили“ на Портьър и изчисляване-

то на нетната настояща стойност (NPV) и вътрешната норма на възвръщаемост (IRR), дава основание за разширяване на дейността на предприятието и ръст на производството и продажбите.

2. Налице е инвариантност на това разширяване.

3. Налице е организационно-структурна единица, която да реализира успешно инвестицията.

4. Формулирани са количествени и качествени критерии, по които да става избор на оптимален вариант.

Като съществена част от общия управленски процес, вземането на управленско решение има информационен характер, а мениджмънта определяме като информационен процес. Решението се изработва и приема в резултат на разнообразна и сложна обработка на информацията, постъпваща на входа на бизнес организацията, т.е. процесът на решаване зависи от информационното състояние на организацията. Информационното състояние намира израз в степента на информираност на субекта на решаване и готовността му за научно обосновано решение, ясно и точно формулиране на поставените цели, дейностите, ресурсна осигуреност, наличие на голям брой опции. Според някои автори приоритет е свободата при вземането на управленски решения от мениджърите, както и съблюдаването на принципа за делегиране на властта, по смисъла на теорията на „класическия администратор“ на Анри Файол. Нерядко мениджърите могат да направят лош избор поради липса на шанс или недостатъчно обмислен избор.

Голяма част от погрешните решения в контекста на инвестиционния процес на предприятията са резултат от причини с познавателен или поведенчески характер, в това число: предоверяване на собствена теза и убеждение; отхвърляне на информация и аргументи, които не ги потвърждават; в резултат поемане на неоправдани рискове.

Ако проблемът е бил правилно формулиран, а вариантите - щателно разработени и оценени, вземането на окончателно инвестиционно решение е сравнително лесно, като се избира вариантът с най-благоприятните последици по отношение на проблемната ситуация. Принципът, приложим на това ниво, е „Истинската картина е скрита зад потоци от объркващата излишна информация“, а ако си послужим с метафора - „Вземаният решение

не може да види дървесината в гората от дървета.“ Инструментариумът от техники за избягване на отклонение и погрешни инвестиционни решения включва:

- Екстраполация в бъдещето;
- Метод на сценария (Scenario Planning) [2];
- Морфологичен анализ (Problem Tree);
- Логическа рамка (LogFrame).

В специализираната литература съществува т.нар. „школа на решението“, чиито привърженици не само твърдят, че изработването на решение е най-важният акт в управлението, но и че самият процес на управление се свежда до процеса на изработване на управленско решение. Първопороходци в това отношение са американските учени Хърбърт Саймън, Дж. Марч и Р. Сайфърт. Това научно направление в мениджмънта получава наименованието „школа на управленските решения“. Характерно за него е, че разглежда проблема интердисциплинарно и в граничните зони между науки като теория на организацията, икономика, моделиране, кибернетика, психология и социология. Тази американска школа постулира, че всяка организация е резултат и функция на управленските решения. Така например доайенът на изследванията в областта на управленските решения и транзакционните разходи на организациите, Нобеловият лауреат по икономика (1978 г.) Хърбърт Саймън пише: „В психологията, икономиката, статистиката, изследването на операциите, политологията, изкуствения интелект, когнитивната наука, най-важните изследвания през последните петдесет години на века бяха посветени на това да бъдат разбрани разрешаването на проблеми и вземането на решения“ [3]. Въпросът за онтологичната същност и дефинируемостта на управленското решение още повече се усложнява, тъй като то се обективира най-малко в три различни аспекта: като процес; като явление (продукт) и като информация. Принос в развитието на изследванията за управленските решения дават и разработките на Димитър Димитров и Хр. Калигоров. Тези учени акцентират върху необходимостта от подготовка при вземане на научнообосновано решение, характеристиката на проблемите, етапите и цикъла на решението, отношението между изменението на цикъла и ефекта от взетото решение; проучването и наблюдението на проблемите; етапността, разпределението на отговорностите и средствата, недоста-

тъците при вземането на решения и подходи- те за тяхното преодоляване[4].

Според концепцията на Дж. К. Лафта, де- финициите на решението могат да бъдат све- дени до две големи групи – в тесен контекст и широк контекст. В тесен контекст управленс- кото решение се разбира като избор на опти- малния вариант от множество алтернативни варианти. Широкото разбиране интерпретира управленското решение като процес на уп- равление, който свързва петте основни функ- ции на управлението: планиране, организа- ция, координация, мотивация и контрол[5].

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Подходи при вземане на решение

Процесът на вземане на решение има интуитивен, логически или рационален ха- рактер.

1.1. Интуитивни решения

Интуитивните решения се основават на „добро предчувствие“, като по същество ин- туицията се разбира като комбинация от ми- нал опит, индивидуални ценности и оценки, и отразява натрупаните житейски познания. На практика интуицията не винаги се базира на реалността, тъй като част от схващанията са изградени в периода на детството, могат да не бъдат достатъчно зрели. Следователно е не- обходимо да се прецени дали вземането на решение на база чувството на интуиция е оправдано. Интуитивното решение е ефек- тивно в условията на дефицит на време и по отношение на по-малко значими проблеми, които не изискват прилагане на инструмента- риум от методи на изследване и спазване на конкретна управленска технология и форма- лизирани дейности. Интуитивните решения се вземат бързо, без отлагане и дори „светка- вично“; техният дял е относително голям; имат редица несъвършенства:

- не са подготвени методично, а са им- провизирани;
- твърде субективни са, основават се на личния опит и индивидуална експертиза и компетентност, на прозорливостта и таланта на съответния ръководител, на неговата логика и вътрешна убеденост;
- не са достатъчно мотивирани;
- разработват се въз основа на ограничена и често пъти непроверена информация;
- информацията, която се използва, касае минал период, и той не може да се приложи директно по отношение на бъдещето, тъй

като в контекста на водещите теории на стра- тегическото управление (например „школата на дизайна“) управленските ситуации имат стохастически характер и са уникални и не- повторяеми.

Изборът на интуитивни решения не следва да е водещо начало, но е оправдан поне в два случая:

а) когато времето, с което разполага ръко- водителят, е недостатъчно за проучване на цялата необходима информация, а проблемът не търпи отлагане, по-добре да се вземе някакво решение, макар и не най-доброто, отколкото да не се прави нищо (Take it or leave it);

б) когато се прецени, че възможните за- губи от едно интуитивно решение са по- малки в сравнение с разходите за едно де- тайлно разработено и научно обосновано реше-ние.

Според някои автори човешката интуиция може да се разглежда като обобщен опит и експертиза на специалиста, вземащ решение, което ги доближава до решенията основани на логиката.

1.2. Решения, основани на логиката

Решенията, основани на логиката, пред- ставляват избор, обусловен от знанията или натрупания опит на този, който ги взема. При този вид решения човек използва знания, натрупани от случили се по-рано ситуации. Той прогнозира резултатите от алтернатив- ните варианти при съществуващата нова ситуация на база на вариант, донесъл успех в миналото. В сложни ситуации съжденията и професионалният капацитет на ръководителя могат да се окажат недостатъчни. В този смисъл ръководителят може съзнателно или несъзнателно да не използва нови възмож- ности или нови идеи в нови области. Пример за важно маркетингово решение, основано на логическия подход, е изборът на целеви пазар с презумпцията, че инвестициите в него са с висока степен на вероятност за постигане на заложената рентабилност. Този пазар способ- ства развитието и на останалите пазари по принципа на икономията от обхвата (Score Economy). Като такъв могат да се определят архитектите, от които зависи избор на строи- телен материал, дори и за изпълнение от вида „направи си сам“, или кардиолозите, лекува- щи пушачи в конкретна възрастова група.

1.3. Рационални решения

Предполагат използване на факти и данни като отправна точка на решението. Следова-

телно, в процеса на решаване биха могли да се избегнат емоционалните аспекти, влияещи върху решението и в частност обстоятелства в миналото, които влияят върху прилагането на решението.

По-сложните решения обикновено изискват както интуитивен, така и рационален подход към ситуацията и разрешаването на проблема. Възможен и продуктивен начин е прилагането на двата подхода последователно. Би било ефективно да се започне рационално на база събрани факти и статистически данни, имащи за източник „твърда“ и „мека“ информация. В момента, в който има очевидно „решение“, идва ред на интуицията. Приоритет е оценката как чувстваме изготвения организационен отговор. Дали той е „правилен“? Ако усещането е с негативна конотация, биха могли да се потърсят причините за това. Ако не припознаваме изработеното решение като свое, в емоционален аспект прилагането му би могло да бъде неефективно. Така например в специализираната литература е изведен императивът изготвената от ръководството стратегия да бъде разяснена и възприета на индивидуално ниво от служителите като своя собствена, за да доведе до резултати.

Като цяло рационалните решения се отличават от предишните два вида по това, че не зависят от интуицията и миналия опит на ръководителя, а представляват последователност от процедури по събиране, анализиране и оценка на информацията на база „писана технология“. Те осигуряват избор на вариант на поведение, който най-ефективно задоволява предварително определената цел на решението. Количествените данни се събират чрез наблюдение, статистически анализ или моделиране. Оптималната рационалност предполага наличието на три условия:

- перфектна информация – вземащият решението да разполага с цялата необходима информация, при това напълно достоверна;
- само един критерий на избор на решението;
- използване единствено на строго логична процедура при избора;

Основните качества за вземане на рационални управленски решения са най-малко три, но същевременно са интегрирани, т.е. действат взаимно: релевантност; навременност; максимална обективност.

Загубата на част от прецизността на получаваната информация се компенсира от навременността на решението.

2. Предизвикателства на ефективния процес на вземане на решение

Взетото решение следва да бъде приложимо на лично и организационно ниво. Това предполага лична увереност и придържане към решението, както и способност да бъдат убедени останалите членове на екипа. Препятствията пред ефективния процес на вземане на решение са, както следва:

2.1. Недостатъчна информация в количествено и качествено отношение

Информацията е фундамент на диагностиката на средата и вземането на решение. Приоритизирането на източниците на информация би подпомогнало процеса.

2.2. Прекомерно количество информация

Наличието на прекомерно количество информация е ситуация, огледално противоположна на предходната. В наши дни изобилието от информация, често противоречива и конфликтна, е феномен, известен още като „парализа на изследването“, и нерядко се използва като тактика за отлагане на организационно решение, като вземащите го изискват нови и нови масиви от информация и документи с оглед вземане на управленско решение. Този проблем се разрешава чрез обединение на усилията с цел селектиране и определяне коя информация е наистина важна и по каква причина; посредством създаване на график или „Пътна карта“ за вземане на решение.

2.3. Твърде много участници във вземане на решение

Изработването на решение от група хора е проблематично, предвид различията в мненията, възгледите и ценностите, които индивидите защитават и често са противоположни. Съществен момент е поемането на отговорност. Понякога по-добре да има каквото и да е решение пред варианта да няма никакво.

2.4. Законни права

Процесът на вземане на решение е под въздействието на законни права и интереси, често имплицитни, но от критично значение. В този контекст е добре валидността на едно решение да се апробира с участието на заинтересованите страни (Stakeholders) с възможно участие на медиатор.

2.5. Емоционална пристрастност

Хората често са консервативни и привързани към статуквото. За много хора е трудно

да приемат елемента на промяна, присъщ на решението [6]. Вземането на решение е функция на емоционалното състояние в условията на стрес и изтощение (BurnOut).

3. Алгоритъм за вземане на ключови корпоративни решения

Като ключови можем да определим организационно-структурните и инвестиционните решения, решенията за сливане и придобиване и др.

През 70-те години на миналия век Робърт Таненбаум и Уорън Шмидт развиват тезата за два типа ръководство – автократично и демократично. Лидерското поведение, според техния модел, е свързано със степента на власт, която използва ръководителят, както и със степента на самостоятелност, която могат да имат подчинените при вземане на решение. Таненбаум и Шмидт доказват, че не е възможно да има единствен най-добър стил на ръководство. Лидерското поведение според тях варира от автократично до демократично. Моделът на тези учени се базира на седем възможни подхода в диапазона от автократичен до демократичен стил, които един ръководител може да си позволи при вземане на решения:

- Ръководителят взема самостоятелно решение и го съобщава на подчинените си.
- Ръководителят „прокарва” решение.
- Ръководителят представя идеи и дава думата за въпроси.
- Ръководителят предлага експериментални решения, които могат да бъдат променени.
- Ръководителят представя проблема, приема предложения и тогава взема решения.
- Ръководителят определя границите, дава възможност на групата сама да взема решения.
- Ръководителят разрешава на подчинените си да действат в границите, определени от висшестоящите [7].

От гледна точка на съдържанието и етапността на процеса на вземане на решение, разграничаваме следните стъпки:

3.1. Специфициране на възможните варианти на решение на проблема, дори и да не са релевантни към текущата ситуация. Приложими са методът „брейнсторминг“, неструктурираните дискусии, „Делфи“, както и други методи на генериране на идеи. Важността на този етап за процеса на вземане на решение се определя от обстоятелството, че окончателното решение ще бъде на база избора на предварително дефинирана опция. Възможно

разрешение е и въздържането от решение и действие.

3.2. Съставяне на времеви график на дейностите и определяне на отговорни служители за вземане на решението. Фокусът на този етап е върху: ограничеността на ресурса време; крайния срок и последствията от незапаването му; евентуални предимства на бързото и дори светкавично решение; важността на правилното решение; връзката между изразходваното време и качеството на решението;

В редица случаи бързото решение е за предпочитане пред „правилното“ решение. Въпросът за отговорността за решението е значим, тъй като споделяната отговорност е свързана с нагласите в групата или организацията за поемане на рискове. Необходимо е, когато това е възможно, да се определи кой ще носи отговорността за решението, както и това да се документира и формализира с оглед преценката при бъдещи решения.

3.3. Събиране на релевантна информация

Информацията следва да бъде адекватна, актуална, точна. При екипна работа членовете на екипа разпределят работата от гледна точка на различните аспекти на проблема и информацията, например разходи, достъпност, технически аспекти, транспортни аспекти. Следва да се съизмери времето за събиране на информацията с риска от грешно решение.

3.4. Претегляне на рисковете

Величината на риска, който индивидът е готов да поеме, зависи от: последствията от грешно решение; изгодите от правилно решение; вероятността от негативен резултат.

Необходимо е да се определи най-лошият възможен изход и да се прецени дали рискът е приемлив. Изборът може да бъде между „всичко в името на успеха“ и приемането на безрисково решение.

3.5. Решения на база ценностна ориентация и възгледи

Решения, които са добри за едни, могат да бъдат лоши за други. Това е значим фактор, особено при групова отговорност за решението. Необходимо е да изясни на база какви ценности се взема решението, тъй като това ще се отрази на крайното решение.

3.6. Претегляне на аргументи „за“ и „против“

Целесъобразно е сравнение на предимствата и недостатъците на различни възможни разрешения, при това с присъждане на балови оценки по скала (например от 1, най-маловажно, до 10, най-важно) във вид на оценъчна

таблица. Някои организации имат формализирани процедури, в това число финансова оценка на решението. Приложим подход е в началото да се изчислят разходите, след това да се премине към кадрово обезпечаване, а след това - към въпроси, свързани с презентирането.

3.7. Формулиране на решението

В случай, че на този етап се откроява конкретен вариант на решение и все още има усещане за неясноти, би могло гореспоменатите етапи да се реализират отново, като процесът се реверсира към етап 1. Тук ролята на осъзнатата интуиция е на силен индикатор за верността на решението. Евентуална промяна на решението след публичното му деклариране и припознаване е трудна.

Гореспоменатата техника не би могла да замести добрите преценки и мислене. Редица организации имат структуриран процес на вземане на решения, ползите от които са:

- свеждане на сложните решения до набор от опростени стъпки;
- проследяване как се е стигнало до определено решение;
- планиране на процеса с оглед спазване на крайните срокове.

Вземането на решения отговаря на следните условия: изпълнимост, осигуреност, целенасоченост, измеримост, съвместимост [8].

4. Модели за повишаване ефективността на решенията

4.1. Модел за преодоляване на предоверяването и индивидуалната интерпретация

При вземането на инвестиционни решения в корпоративния сектор са налице две големи предизвикателства:

- личностна интерпретация на бизнес средата, проявяваща се като несъзнателна склонност да придаваме повече тежест на информацията, която съответства на нашите убеждения, предположения и скорошен опит, и да се отхвърля информация, която им противоречи;

- прекомерно доверяване - свързано е с надценяване на собствените способности и умения за водене на бизнес на вземания решение. Вследствие на погрешната преценка, че постигането на заложените резултати априори е под контрол, се поемат рискове, които би следвало да се избягват [9].

Комбинацията от тези две предизвикателства води до управленски грешки. Примери в това отношение изобилстват. Финландската „Нокиа“, до неотдавна лидер на пазара за

мобилни средства за комуникация в глобален мащаб, излезе от този бизнес. Конгломератът „Дженерал Мотърс“ не успя да предвиди последиците от създаването на ОПЕК през 70-те години на 20-ти век, глобализацията, новите изисквания за природосъобразно производство, необходимостта от по-бърз производствен цикъл, и загуби лидерски позиции на световния пазар. Транснационалната корпорация IBM през 80-те години на миналия век подцени ефекта от въздействието на персоналния компютър и перспективите за разрастване на пазара на този продукт, който промени бизнеса. Тези грешки могат да се отдадат на липсата на визия, като, разбира се към момента на конкретното управленско решение нещата са изглеждали различно. Развитието на технологиите от конкурентни фирми е изглеждало футуристична теория в очите на тогавашния лидер в сектора. Колапсът на индекса Nasdaq Composite през март 2000 г. показва, че инвеститорите са надценили интернет-базираните модели за бизнес и са се предоверили на определени предприятия.

Естеството на предизвикателствата затруднява вземания решение. Възможните грешки в контекста на споменатите предизвикателства би могло да се минимизират или избегнат посредством конкретни управленски подходи. Това е валидно с особена сила за крупни инвестиционни проекти, подложени на огромни рискове. Начин за избягване на проблемите с личната интерпретация на бизнес средата е вземането под внимание на различни гледни точки или „експониране в бъдещето“ на вземания решение. В помощ на решаващите е методът на сценария „Scenario Planning“ или „игра на война“, в която вземашите решение се поставят на мястото на конкуренцията. Акцентът е върху самия процес на вземане на решение, а не на естеството на решението. Подобен подход подобрява формализацията на процеса. Представеният в Таблица 1 модел би могъл да създаде предпоставки за преодоляване на горепосочените препятствия пред процеса на вземане на решение:

Таблица 1. Табличен модел за вземане на екипни управленски решения

Роля на предоверяването при	4 и повече отговора „Да“	Излизане от рамката	Вземане на окончателно решение
-----------------------------	--------------------------	---------------------	--------------------------------

вземане на решение	От 0 до 3 отговора „Да“	Преразглеждане	Подлагане на стрес-тест
		От 0 до 3 отговора „Да“	4 и повече отговора „Да“
Въздействие на личностната интерпретация			

Отчитането на различни гледни точки на членовете на управленския екип цели да определи дали отклонението на база лична интерпретация е оценено. Първият акцент в процеса на екипна работа е върху група аспекти на взетите решения, свързани с личностната интерпретация и резултата от решението, както и върху разнообразието от изразени мнения по време на дискусиата. Голям брой източници, включително външни становища, е добър индикатор за това, че първоначалните допускания са били отразени в необходимата степен. Вторият акцент на екипната работа е върху група аспекти на решенията, свързани с възможното предоверяване в собствената експертиза, като целта е да бъде намерен отговор дали вероятността от негативен резултат и загуби на фирмено, секторно и макрониво е изчерпателно оценен. По всяко от двете измерения поставените въпроси дават възможност за гъвкавост, така че въздействието на условията, при които се взема конкретно решение, да бъде отчетено. След отговора на въпросите, който се свежда до опростеното „Да“ или „Не“, отговорите могат да се експонират върху матрица, показана на Таблица 1. По този начин отговорите ще бъдат позиционирани в един от посочените четири квадранта, от които следват четири различни по съдържание действия:

I. Вземане на решение.

Този квадрант отразява най-благоприятния изход: процесът е довел до решение, което включва и защитни механизми както срещу субективна личностна интерпретация, така и срещу прекомерно доверяване.

II. Излизане от рамката.

Предложенията, включени в този квадрант, са издържали теста относно риск от загуби, но все още почиват на твърде ограничени по обхват предположения. Вземащите решение следва да включат техники, които разширяват перспективата и им помагат за генериране на валидни алтернативи. Такъв

подход е тестът за изчезващи опции: ръководителите се заставят да генерират нови идеи посредством допускането, че никое от представените предложения не може да бъде изпълнено.

III. Стрес-тест

Предложенията в този квадрант отразяват широк набор от допускания и гледни точки но независимо от това не са били апробирани относно вероятността да са плод на прекален оптимизъм. Ръководителите следва да прибегнат до консултиране от външни експерти, например чрез провеждане на „анализ на риска“ Техниката позволява да се открият основните заплахи и да се предпази организацията от крупни грешки и загуби.

IV. Преразглеждане

Когато решението се окаже в долния ляв ъгъл на матрицата, следва изводът, че процесът не е бил достатъчно съдържателен и обхванат. Експертите следва да предприемат стратегия, ориентирана в две направления – да генерират нови перспективи и нови оценки на рисковете.

Проведена анкета с 26 мениджъри на високи ръководни постове в предприятия от различни сектори – строителство, производство, услуги, продажби на дребно, показва, че при 73% се е наложила преработка на решенията, които не са издържали теста [10].

4.2. Модел, позволяващ отчитане на ефекта от различни управленски стилове

Достъпен и приложим модел за избягване на познавателни или поведенчески грешки при вземане на решението може да бъде представен чрез опростена таблица за оценка на резултатите от вземането на решение в зависимост от управленския стил на експертите в екипа, вземащ решение

Таблица 2. Управленски стил на членовете на екипа при вземане на решение

Стил на вземане на решение №1	Стил на вземане на решение №2
1. Доминираща склонност към интуитивни решения	1. Доминираща склонност към щателно подготвено решение
2. Предпочитание към решения по хода на възникване на проблемите	2. Предпочитание към решения на база предварително програмиране
3. Обхватът на събраната информация като база за решение е тесен	3. Обхватът на събраната информация като база за решение е максимално широк и обх-

	ваща „гранични“ проблемни области
4.Преобладават корпоративните интереси	4.Преобладават индивидуалните интереси
5.Предпочитание към разказна форма	5.Предпочитание към фактите
6.Консервативност, избягване на промените	6.Ориентация към промени

Основното допускане на горепосочения модел е, че решения, базирани на средни значения на компонентите от 1 до 6 на представените управленски стилове 1 и 2, са предпоставка за средни по величина стопански резултати. На база на това следва да се подбери и оценява екипът от експерти, вземащи конкретни решения, например при проекти ad hoc. Оценката е и предпоставка за възможна коригираща реакция на ръководителя (ръководителите) на екипа. Според актуални изследвания, такава се налага в 75% от случаите на вземане на решение [11]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При управленското решение в сферата на корпоративните инвестиции следва да се отчитат и възможните негативни последици от него. Затова всяка алтернатива трябва да се оценява както по отношение на позитивните, така и по отношение на негативните последици. С фазата „реализация на решението“ се осигурява отстраняването на проблемната ситуация и се затваря процесът, като единство на прави и обратни връзки. Решаването на проблема не приключва с избора на предлагаемата най-добра опция, а с реализацията на решението и оценяване на резултатите от него, като при това става ясна ползата и стопанската изгода от решението.

Прилагането на техники за избягване на въздействието на личностната интерпретация, предоверяването на индивидуалната експертиза и специфичните параметри на индивидуалните управленски стилове на членовете на екипа за вземане на решение е важна предпоставка за повишаване ефективността на управленските решения в сферата на високо-

рисковата инвестиционна дейност на предприятията.

ЛИТЕРАТУРА

- 1.Sun Tzu, The Art of War.- [www. goodreads. com/work/quotes](http://www.goodreads.com/work/quotes).
2. Милев, Н. Международни бизнес стратегии. С., Авангард Прима, 2012, с.1- 145.
3. Milev,N. Mezhdunarodni biznes strategii, izd. Avangard Prima, Sofia, 2012, s. 1-145.
3. Simon, H. A. and Associates. Decision Making and Problem solving, Washington DC, National Academy Press, 1986.
- 4.Димитров, Д., Р. Янакиев, Хр. Калигоров. Учебник по обща теория на стопанското управление – част I. С., ДИ „Наука и изкуство“, 1971, 355 с.
4. Dimitrov, D., R.Yanakiev, Hr. Kaligorov. Uchebnik po obshta teoriya na Stopanskoto upravlenie, -chast I, S., DI „Nauka I izkustvo“, 1971, s. 355.
5. Лафта, Дж. Управленческите решения: Учебное пособие. М., Центр экономики и маркетинга, 2002, 301 с.
5. Lafta, Dzh. K., Upravlencheskie resheniya, Uchebnoe posobie, M., Centr ekonomiki I marketinga, 2002, s. 301.
- 6.www.mckinsey.com/insights/strategy/are_you_ready_to_decide?cid=other-eml-ttn-mip-mck-oth-1506, 2015 г.
7. Tannenbaum, R., W. Schmidt, How to Choose a Leadership Pattern, Harvard Business Review, May-June, 1973.
8. Караджова, Зл., Ст. Петкова-Георгиева, Я. Вангелова. - Годишник на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, Бургас, 2014., с.192.
8. Karadzhova, Zl., St. Petkova-Georgieva, Ya. Vangelova, Fodishnik na Universitet Prof. d-r Asen Zlatarov, Burgas, 2014 g., s. 192.
- 9.www.skillsyouneed.com/ips/decision-making.html#ixzz3jRKfVfli, 2015 г.
- 10.Wulf, T., P. Messner, McKinsey quarterly, June 2015.
11. Meissner, Ph., Ol. Sibony, T, Wulf, McKinsey quarterly, April 2015.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА СЪСТОЯНИЕТО НА ТАЙМШЕЪР ПАЗАРА В БЪЛГАРИЯ

Елена Клатева

PERFORMANCE OF THE TIMESHARE MARKET IN BULGARIA

Elena Klateva

E-mail: elena_klateva@abv.bg

ABSTRACT

The present paper attempts to analyze the performance of the timeshare market in the Bulgarian hotel industry. Although timeshare is relatively new product on the Bulgarian tourist market, this specific hotel product gains a great deal of acceptance among hoteliers and owners. This paper presents the most significant features of the Bulgarian timeshare market and makes an effort at analyzing its main distinctive elements.

Key words: hotel industry, timeshare, product, market, Bulgaria

ВЪВЕДЕНИЕ

Таймшеър представлява съвременен хотелиерски продукт, който през последните приблизително 8 години се развива и на родния хотелиерски пазар. Въпреки че таймшеър пазарът в България е в начален стадий на формиране, той притежава редица отличителни характеристики, които очертават и специфичните перспективи за нататъшно развитие на този иновативен хотелиерски продукт в страната. Важно е да се отбележи, че в световен мащаб таймшеър оформя индустрия за билиони долари. През 2010 г. продажбите от таймшеър възлизат на \$14 бил., а броят собственици на таймшеър наброява над 7 млн. В допълнение предимствата за предприемачите и купувачите прави таймшеър привлекателен както за инвестиция, така и за покупка. Ето защо основната цел на тази статия е да *изследва и характеризира състоянието на таймшеър пазара в България*. Реализирането на поставената цел изисква да бъдат разработени и следните основни изследователски задачи:

- Да се изследва и анализира икономическия ефект от развитието на таймшеър за приемачата дестинация, за да се определят потенциалните ползи.
- Да се изследва състоянието на наличния таймшеър пазар в България, както и да се посочат основните му особености.

- Да се изведат основни характеристики на съществуващия таймшеър пазар в страната, които да оформят профила му.

ИКОНОМИЧЕСКИ ЕФЕКТ ОТ ТАЙМШЕЪР

Тъй като в предишни публикации сме обърнали внимание на същността и особеностите на хотелиерския таймшеър, в настоящото изложение накратко ще индикираме икономическия ефект от таймшеър, за да определим потенциалните ползи за страната, която го развива. Ще представим информация както за ефекта от таймшеър по света, така и за двата основни емитивни и рециптивни пазара – САЩ и Европа.

Като цяло, най-честите ефекти, които се разглеждат в научната литература, са тези, породени от туристическото потребление в туристическите места, и се обособяват в три основни групи:

Преки (първични, директни) – ефектите в резултат на разходите на туристите за стоки и услуги, свързани с туризма в посещаваното място.

Косвени (индиректни) – ефекти в следствие на преките, представляват разходени от първичните туристически производители средства за поддържането на дейността.

Индукцирани – ефекти, предизвикани от промените в потребителското харчене на мес-

тното население, резултат от допълнителни лични доходи. [1]

В този контекст директният икономически принос от развитието на таймшеър за локалната икономика се изразява основно в това, че таймшеър собствениците придобиват доходи от място, различно от дестинацията, но по време на престоя си те харчат част от тези доходи в туристическото място, което влива допълнителен паричен поток в местната икономика. Индиректният икономически принос от таймшеър се отличава с това, че основна част от таймшеър обектите оперира на целогодишна база, което стимулира допълнителни парични потоци от таймшеър предприемачите по повод поддържане на дейността им. Произтичащите индуцирани ефекти също се отличават с по-голям и постоянен икономически ефект за местното население, тъй като в таймшеър обектите голяма част от служителите са наети целогодишно. Впоследствие съвкупните паричните средства от трите разгледани ефекта се преразпределят основно за работни заплати, данъци към местното управление, разходи на бизнеса и печалба, част от която директно се разходва или се реинвестира.

Таблица 1. Икономически ефекти от таймшеър индустрията за 2010 г. [2]

Показател	2010 г.
Общ фискален ефект	\$114 бил.
Директен ефект	\$45 бил.
<i>Брой работни места</i>	498 457
Доходи на работници	\$23 бил.
Общ фискален данъчен ефект	\$7.7 бил.
<i>Брой нощувки отдадени на туристи</i>	14.7 мил.
Разходи на собственици по време на престоя	\$9.3 бил.
Индиректен ефект	\$69 бил.

От данните за директните и индиректни икономически ефекти от таймшеър индустрията става ясно, че тя генерира сериозни парични потоци, както и разкрива почти поло-

вин милион работни места, генерирайки средна годишна работна заплата от малко над \$46,000 при средна заплата в хотелиерския сектор от малко под \$35,000. От тази данни бихме могли да направим изводи и за измерванията на индуцираните ефекти по повод повишеното потребление на служителите в таймшеър сектора поради допълнителните им доходи, като според проучване на The Tourism Advisory Group продаването на типични таймшеър единици създава мултипликативен ефект за местната икономика, равен на седем – всяка продадена таймшеър единица подпомага по пряк или косвен начин седем местни семейства.

Разходите на собственици по време на престоя съставляват 20% от директните ефекти, което ни кара да смятаме, че тези посетители притежават рентабилен профил от гледна точка на приемащата дестинация. Внимание бихме искали да обърнем и на данните за нощувки, отдадени на туристи, което подсказва смесения характер на дейността и доказва добрата симбиоза между таймшеър и класическа хотелиерска дейност. В допълнение, тези обекти имат средна годишна заетост от 76% по света за разглеждания период, което прави сериозна заявка в сравнение с класическото хотелиерство, където дори в развити икономики като САЩ средната годишна заетост на хотелиерските обекти е малко над 61% в сравнение с 80.7% заетост на таймшеър обектите за 2013 г. [3]

По отношение на по-детайлни данни, такива са на разположение за двата най-големи таймшеър пазара, където 74% от всички собственици са с постоянно местожителство и са локализирани почти 60% от всички таймшеър курорти по света – САЩ и Европа. По отношение на първата дестинация, според проучване, направено в периода 2002 г. до 2005 г., в САЩ влиянието на таймшеър индустрията регистрира значителен растеж:

Таблица 2. Директни и индиректни ефекти от таймшеър за икономиката на САЩ в периода 2002 г. – 2005 г. [4]

Показател	2002 г.	2005 г.	Изменение
Директен ефект	\$17.7 бил.	\$22.6 бил.	+ 27.7%
Работни места	222 500	253 800	+ 14%
Доходи за работници	\$6.0 бил.	\$8.5 бил.	+ 41.7%
Покупка на таймшеър	\$5.5 бил.	\$8.6 бил.	+ 56.6%

<i>Средна такса поддръжка</i>	\$442	\$496	+12.2%
Разходи на собствениците по време на пътуването	\$9.2 бил.	\$10 бил.	+9.2%
<i>Средни разходи на престой</i>	\$1784	\$1768	-0.9%
<i>Среден брой нощувки на таймшеър пътуване (бр.)</i>	6.8	7.0	+3.1%
<i>Среден брой нощувки извън таймшеър сектора (бр.)</i>	0.8	1.0	+30%
Индиректни	\$32.2 бил.	\$39.2 бил.	+ 21.7%
Работни места	253 600	311 500	+ 22.8%
Доходи за работници	\$10.2 бил.	\$13.0 бил.	+ 27.5%
Общ фискален ефект	\$49.9 бил.	\$61.8 бил.	+ 23.7%

От разгледаните данни всички показатели показват чувствително положително изменение, като единствено средните разходи по време на престоя търпят лек спад, но при данните за този показател е включена и информация от туристи, настанени в таймшеър обекти. На въпрос дали смятат да увеличат разходите си в туристическото място за следващата година, мнозинство от таймшеър собствениците отговарят положително, със средно 9.2% увеличение. При отчитане на средния инфлационен индекс за развити икономики като САЩ от около 4% за периода, остават близо 5% за реален ръст в потреблението, което доказва положителния икономически ефект от развиването на тази индустрия в туристическите места. В допълнение, според най-новите публикувани данни за САЩ за 2014 г., показателите за ефектите от развитието на таймшеър показват също повишение, като директните ефекти достигат до \$28.8 бил., индиректните до \$40.0 бил., а общият фискален ефект за икономиката на САЩ достига до \$68.7 бил. [5], което свидетелства за продължаващото покачване на показателите.

Силно впечатление прави и значителната разлика по отношение на среден престой в хотелиерския и в таймшеър сектора – между 7 и 8 пъти в полза на таймшеър, което свидетелства за положителното влияние на таймшеър за повишаване на годишната заетост в обектите.

В Европа статистически данни за таймшеър се събират в рамките на ЕС. За разлика от САЩ, тук резултатите са в по-малки размери и данни се събират основно за директните ефекти. Въпреки това Европа остава вторият по големина таймшеър пазар в света.

Таблица 3. Ефекти от таймшеър индустрията за икономиката на ЕС за 2010 г. [6]

Директен ефект	\$6.8 бил.
Приходи от продажби	\$1.56 бил.

Приходи в таймшеър обекти	\$1.32 бил.
Директно заети	40 000
Доходи на работници	\$1.4 бил.
<i>Средна такса поддръжка</i>	\$503
<i>Нощувки, отдадени на туристи</i>	3.3 мил.
<i>Средни разходи на собственици на пътуване</i>	\$2 000

От данните се вижда, че директните ефекти от дейността на таймшеър обектите са около 3,5 пъти по-малко от тези, регистрирани в САЩ, но предвид факта, че 41% от всички таймшеър единици в света са позиционирани в Северна Америка, този резултат е обясним. Директно заетите са също значително по-малко, но се отличават с малко по-висока средна годишна заплата – \$35,000 в сравнение с \$33,000 за заетите в САЩ. Средната такса за поддръжка е също по-висока, както и средните разходи на собствениците по време на престоя. Внимание се обръща и на туристическите нощувки, реализирани в таймшеър обекти, което отново подчертава смесения характер на тези места за настаняване. В добавка, в Европа средният процент на заетост на таймшеър обектите е 73%, което отново доказва възможността таймшеър да спомогне за избягване на сезонността.

От разгледаните данни за икономическия ефект от дейността на таймшеър индустрията, позитивното влияние от развитието на хотелиерски таймшеър за туристическото място може да бъде систематизирано в 3 основни направления:

- позитивно икономическо влияние посредством финансовите потоци, предизвикани директно и индиректно от таймшеър бизнеса и собственици;

- редуциране на сезонността и по-равномерно разпределение на посещения през календарната година;

- осигуряване на целогодишна заетост, при която се наблюдава по-висока средна работна

заплата от тази за хотелиерския сектор като цяло.

ИЗСЛЕДВАНЕ НА СЪСТОЯНИЕТО НА ТАЙМШЕЪР ПАЗАРА В БЪЛГАРИЯ

В България все още няма добре развит и обособен **таймшеър пазар**. По данни на ЕК от 2007 г., в България продуктът тепърва набира скорост, като първите стъпки се правят в Банско и по морето, а към 2014 г., след интегрирането на новата директива за защита на таймшеър потребителите в българското законодателство, се полага сериозна основа за развитието на този продукт и България се оценява като нов и перспективен пазар за развитие на таймшеър. „Таймшеър”, всъщност, не е нов и непознат термин сред българските потребители. Още в средата на 90-те години на 20 век в България са работили испански таймшеър брокери, които лансират единици в обекти, ситуирани в Западна Европа. Поради несъвършенствата в продукта и слабата правна основа тогава, дейността се преустановява в края на 90-те. Днес специалистите виждат таймшеър като възможен продукт за българския туристически пазар, чрез който да се излезе от кризата с ваканционните имоти в страната, по примера на Испания в края на 70-те и началото на 80-те години, като вече е факт, че „много собственици на ваканционни бази ги преобразуват в апартаментни комплекси с цел по-лесна реализация на пазара”. [7]

До скоро **хотелиерите** в страната не предлагат таймшеър, основно заради недоброто познаване на продукта. През последните няколко години обаче отделни собственици на комплекси с ваканционни апартаменти в Банско и по Южното Черноморие започват да лансират съвременни таймшеър продукти, като се очаква и по Северното Черноморие да се отчете ръст на инвестициите в жилищно-ваканционни комплекси. Не малка част от обектите в България възникват с участието на чуждестранни инвеститори, като много често те изграждат мултиобектна структура. Обектите са или в рамките на един курорт, или диференцирани в различни типове курорти, за да се осигури целогодишна работа на компанията. Предпочитан вариант е сформиранието на дружество с ограничена отговорност в България, при което инвеститорите са директори на компанията и всеки от тях има дял, кореспондиращ на частта от вложението му.

Обикновено процедурата не се счита за тежка. Най-често се наема адвокат за целта, който да движи процеса, като неговите услуги струват най-често между 400 и 1000 евро, в зависимост от големината на проекта, а периодът, необходим да се финализира процедурата, е около месец. Важно е да отбележим, че чуждестранните инвеститори могат да притежават обект в страната, но нямат право да притежават земята, върху която е изграден той. Поради това много често се включва и поне един български инвеститор, за да се гарантира сигурността на проекта.

По отношение на **сегментите потребители**, към днешна дата по-значим интерес към таймшеър в България проявяват чуждестранни резиденти, докато търсенето сред българските потребители се оценява като ниско. Това се подкрепя и от анкетно проучване на Инвестор БГ сред български потребители, като на въпрос „Представя ли интерес инвестицията във ваканционен имот с временно ползване на собствеността (timeshare) у нас?“, основната част (73%) от общо 1340 гласували в анкетата са отговорили „Не“. [8] Причината за това, според нас, се дължи основно на икономическата криза и на сравнително слабото познаване на продукта в съвременния му вид. Въпреки това специалистите смятат, че българите също могат да бъдат перспективен сегмент, тъй като с увеличените задгранични пътувания те не само опознават света, но и виждат стойността от инвестициите в имоти. Още повече, според техни изчисления, чрез таймшеър може да се спести до 80% от разходите за почивка, използвайки услугите на посредник по размяна на ваканционно време, а и не малка част от купувачите на таймшеър на запад са от Източна Европа.

Сред чуждестранните купувачи най-многобройни са собствениците от Великобритания и Ирландия, като само за 2006 г. 80% от продадените единици са на британския пазар. [9] По наше мнение, това е логичен резултат след установяването на инвестиционни форуми във Великобритания за промотиране на възможностите за инвестиции в страната през последните години. Сред тези собственици продуктът е най-често промотиран на основата на морски рекреативен и ски туризъм, като се смята, че СПА-туризмът също се отчита като засилваща се тенденция в този сегмент. От 2007 г. насам, освен тези два сегмента, засилен интерес се регистрира и от руснаци, и от италианци, които също могат да бъдат ха-

рактеризирани като значим сегмент. Сред основните **мотиви** за покупка на споделена собственост са гарантиран достъп до ваканционен имот и инвестиционна цел (последваща продажба). По отношение на второто, по наше мнение, то до голяма степен е инспирирано от масовото строителство и скока в цените на имотите през периода 2006-2008 г. В тази връзка, според списание „Таймс“, растежът на цените на имотите в България през 2006 г. е отбелязал 35% ръст, а през 2007 г. – 25% ръст, като чуждестранните купувачи в такава обстановка са започнали да действат по формулата „евтин имот + развиваща се икономика = добра възвръщаемост на инвестицията.“ [10] В същото време специалистите от „Таймс“ предупреждават, че поради динамичното предлагане на луксозни ваканционни имоти по родното Черноморие, препродажба в перспектива трудно може да бъде осъществена, или поне на добра за собственика цена. Все пак, според нас, сегментът ваканционни собственици е ориентиран към по-скоро индивидуални, а не масови форми на туризъм, с което отговаря на съвременната тенденция за търсене на по-скоро автентични, отколкото организирани преживявания, което би могло да измести и фокуса на родния туризъм от масова рекреация към по-ус-тойчиви и щадящи форми, което е благоприятно.

По отношение на **комерсиализацията**, по наши наблюдения, тя се извършва основно *на място*, като офисът е често ситуиран в близост до обекта или в самата сграда на хотела. Особеност е, че самото *генериране на клиенти* се случва *дистанционно*. Както вече споменахме, голяма част от инвеститорите са чуждестранни. За целите на дистрибуцията на продукта те предпочитат да отворят офиси в рамките на емитивния пазар, най-често тяхната страна на местоживеене, където да се промотира продуктът със снимков материал. Въпреки това, поради размера на инвестицията, дългосрочното обвързване и последващите ежегодни задължения, клиентите желаят да видят на живо продукта и да опознаят мястото, поради което самата прокупко-продажба най-често се извършва в представителство, близо до таймшеър обекта, непосредствено след оглед. Все пак някои от клиентите предпочитат да се завърнат в дома си, където да се посъветват с адвокат и той да задвижи процедурата. Като извод бихме посочили, че дистрибуцията на продукта се извършва традиционно, чрез директни канали на комерсиализа-

ция между таймшеър предприемач и клиента. Сделката се сключва основно на място, но генерирането на потенциални собственици се осъществява дистанционно, посредством представителства в чужди страни.

Промоцията на продукта също не се различава съществено от световните практики. Използват се основно специализирани техники, сред които най-добре усвоени са мини-ваканциите, т.нар. „fly-buy“-програми и инсентив туровете. Мини-ваканциите са често в рамките на 2-3 дни, като цената на настаняване е много по-ниска, с цел опознаване на обекта и района и вземане на решение за покупка. Подобни на тях са и „fly-buy“ ваканциите, като характерно е те да се комбинират с инсентив турове. Както вече отбелязахме, повечето инвеститори имат повече на брой обекти, много често разпръснати в различни курорти. Поради тази причина изгодно за тях е формирането на група от потенциални купувачи, които заплащат транспорта, но настаняването и изхранването са безплатно. Затова с цел да се избегне прекомерното завишаване на разходите, предприемачът се стреми в рамките на възможно най-къс период да се обиколят обектите – най-често също 2-3 дни, но не повече от 7 дни.

По отношение на **продукта**, който се предлага в таймшеър обектите в страната, като изключим ваканционните клубове, е важно да отбележим, че по наши наблюдения при покупко-продажбата основно се използва методът на прехвърляне на имота като пълна или частична собственост („deeded/ fee sample“), което прави наличните форми относително негъвкави, особено предвид факта, че на пазара отсъства разнообразие от и добър достъп до посредници за размяна на ваканции. Въпреки това се гарантира известна сигурност на купувача, тъй като собствеността е материално измерима – тя може да се препродава, отдава под наем и наследява. По отношение на единицата се предлагат най-характерните – студия и различни по големина апартаменти, както и някои съвременни вариации – таймшеър вила или етаж от сграда фамилен тип. Във връзка с начина на сключване на сделката, обикновено се ползват услугите на адвокат специалист, чиито услуги струват средно около 100 евро на сделка, което не е висока цена, предвид характерните за чужбина 200-250 евро на сделка. [11] **Цените** на единиците варират в широки граници, като в планинските ни курорти те са най-често от порядъка на 500 до

порядъка на 500 до 700 евро на кв. м., докато по Южното Черноморие започват от 400 до над 1000 евро на кв. М. [12] Във връзка с **таксата поддръжка**, обикновено тя е определена сума на квадратен метър и покрива поддръжката на сградата, общите части, административни разходи, охрана и др., но не покрива данъка на имота, ежедневно или междинно почистване и ток, вода и газ по време на престоя. По наше наблюдение, тя най-често е от порядъка на 10 до 16 евро на кв.м. с ДДС и се събира в началото на календарната година.

По отношение на таймшеър обектите в страната, е трудно да се ангажираме с конкретен брой поради липсата на официална информация, така че единствено бихме комен-

тирали тяхното **ситуиране**. Най-много таймшеър обекти в страната има по Черноморието, като основно са концентрирани в южната му част, където водещ по брой обекти е Слънчев бряг. Други курортни места, където има осезаемо присъствие на таймшеър, са Свети Влас, Равда, Ахелой, Поморие, Созопол, Приморско и Царево. Значителен брой таймшеър обекти има и в планинските ни курорти, където лидер е Банско, след който се нарежда Пампорово. По отношение на видовете таймшеър, налице са основно кондоминиум хотели и смесени обекти, като се срещат и резиденс и ваканционни клубове.

Таблица 4. Таймшеър обекти по българското Южно Черноморие и в планински курорти

Тип курорт	Локация	Наименование на обекта
Планински/Ски	Банско	Mountain Castle (4*); Bordo Apartments (3*); Bansko Royal Towers (4*); Bojurland (3*); Three Mountains Resort (3*)
	Пампорово	Forest Nook (3*); Pamporovo Village (3*)
Морски	Слънчев бряг	Hramony Suites (4*); Barcelo Royal Beach (5*); Kotva (4*); Sunny Day Club (3*); Sun Village (4*); Dune Residence (4*); Royal Sun (3*); Severina (3*)
	Свети Влас	Marina View Fort Beach (3*); Saint George (4*)
	Равда	Rutland Bay (3*); Emerald Beach Resort (5*)
	Ахелой	Midia Grand Resort (3*); Marina Cape (4*)
	Поморие	Marina Holiday Club (4*); Sunset Resort (5*); Festa Pomorie Resort (4*); Pomorie Bay (3*)
	Созопол	Santa Marina (5*); Sozopol Apartments (3*); Serena Residence (3*)
	Приморско	Grandhotel Primorsko (5*); Prestige City II (3*)
Царево	Bey View (3*); Aparthotel Vris (4*); Complex South Beach (4*); Regina Mare (2*)	

Както се забелязва, по отношение на **категорията** преобладават чувствително 4 и 5-звездните обекти, което кореспондира с твърдението, че таймшеър обектите са висококатегорийни. Впечатление обаче прави, и не малкият дял на 3-звездните обекти, както и присъствието на един двузвезден обект. Без да претендираме за всеобхватност, бихме искали да подчертаем, че при преглед на предлагането в тези обекти се забелязва наличието на удобства и услуги, които кореспондират на 4-звездна категория. Това ние обясняваме с по-високите данъци и такси при висококатегорийните обекти, особено при туристическата такса, където тя е диференцирана според категорията обект, и със сложната икономическа и финансова обстановка в следствие на

кризата през последните няколко години. Поради тази причина считаме, че някои от бизнесмените предпочитат да занижат категорията на обектите си, за да спестят част от разходите си, разчитайки на това, че собствениците и гостите сами ще оценят качеството на настаняването.

Във връзка с **видовете обекти**, почти всички са кондоминиум хотели или смесени обекти, където се комбинира класическа хотелска част и кондоединици, както е, например при Божурленд в Банско, където има хотелска част с двойни стаи и апартаментна част, която представлява 8 отделни къщи фамилен тип. Като цяло при кондоминиум хотелите се наблюдава разнообразие по отношение на вида и архитектурата на обекта. Така

например, Три Маунтийн Ризорт в Банско се позиционира като бутиков обект, в Пампорово Форест Нук има 9 еднофамилни вили около главния апартхотел, а Созопол апартаментс пък представлява 3 отделни комплекса, които са представени от различни линии – Перла, Бей и Вю, които освен че се подчиняват на различна тематика, изразяват и три различни нива на комфорт. По Южното Черноморие най-отличителен е Барсело роял гардън в Слънчев Бряг, който освен че има търговски обекти, позиционирани в сградата (обособени като МОЛ), е и част от испанската международна хотелиерска верига Barcelo Hotels, използвайки марката Barcelo Premium. Интересен факт е, че чрез този проект за първи път веригата Barcelo участва в сегмента кондохотели, което подсказва, че България изглежда перспективна за развитие на такъв бизнес. Друга верига, която сме регистрирали на пазара на кондоминиум в страната, е българската Festa Hotels с „Festa Pomorie Resort” в Поморие. След навлизането и на Сол Мелиа на българския хотелиерски пазар, чиито оперативен директор заяви, че „мениджмънтът на апартхотели също влиза в кръга на интересите на компанията” [13], която вече има опит в областта на таймшеър в чужбина, смятаме, че и други вериги ще се включат в тази пазарна ниша и ще спомогнат за развитието на таймшеър в страната, но засега участието им може да бъде оценено като ограничено, предвид факта, че според изследване у нас присъстват 15 чуждестранни и 7 български хотелиерски вериги. [14]

ИЗВОДИ

От представената информация бихме могли да направим следните основни изводи за таймшеър пазара в страната:

Има осезаем интерес и присъствие на чуждестранни инвеститори в изграждането на таймшеър обекти.

Основен интерес сред собствениците се регистрира сред чуждестранните купувачи, сред които лидер е най-големият европейски таймшеър емитивен пазар Великобритания, но и българите се оценят като потенциален сегмент.

Гъвкави методи за дистрибуция и комерсиализация и разнообразни съвременни начини за промоция.

✓ Разчита на традиционната форма на притежание (deeded/fee sample), като матери-

ално измерим и сигурен, което резултира в негъвкавост на продукта;

Отсъствие на на посредници за размяна на ваканции.

Наличие на съвременни видове таймшеър обекти с висока категория на настаняване и разнообразни вид и архитектура на сградата.

Широко използване на програми за туристическо отдаване, с което се цели таймшеър да се комбинира с традиционна хотелиерска дейност.

Начални стъпки на ваканционните клубове в страната, като най-съвременен и гъвкав вариант, както и на традиционния таймшеър с дялове ваканционни седмици.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От така направените изводи следва да заключим, че въпреки началния стадий на развитие на таймшеър в България, са налице значителни предимства на пазара, което го очертава като перспективен за бъдещо разрастване. Освен позитивното влияние на програмите за туристическо отдаване, изключително значими са и перспективите за развитието на традиционен таймшеър и съвременните му форми, какъвто е ваканционния клуб.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нешков, М. и к-в. Въведение в туризма. УИ „Наука и икономика“, Варна, 2007.
2. Zanini D., Timeshare industry makes a huge impact, ARDA Insights, July 2012.
3. AIF Timeshare occupancy: <http://www.arda.org/aiffoundation/research/timesharedatashare/march2014datashare.aspx>.
4. Price Waterhouse Cooper, Economic impact of the timeshare industry on the US economy, ARDA International Foundation, Washington, 2006.
5. AIF. Economic Impact of the Timeshare Industry on the U.S. Economy, 2014, ARDA International Foundation.
6. RDO, Timeshare facts & figures, Media pack, June 2012.
7. Спасов, С. Хотели за продан. - *Хоремаг*, август 2007.
8. <http://www.investor.bg/analizi/113/a/nespodelena-vakanciia-na-pazara-na-imoti,87283/>
9. Bulgaria – a hot point in the real estate market in Europe. Туризм и отдих, 2006.
10. British Developments, Тенденции на пазара. - *Happy Weekend*, бр. 9, 2005

10. Stern, L. Time share time. - *Newsweek*, 20 Jan 2003, Vol. 141, Issue 3

11. <http://www.mediapool.bg/tsenite-na-va-kantsionnite-imoti-padnaha-napolovina-news190543.html>

12. Геловса, Е. Sol Melia се активизира на Балканите. - *Хоремаг*, юли 2008.

13. Иванова М. Изследване на заведенията за пребиваване в България с потенциал да бъдат присъединени към хотелски вериги. - Сборник доклади от научна конференция „Алтернативи за развитие на съвременния туризъм“. Варна, УИ „Наука и икономика“, 2010.

REFERENCES

1. Neshkov M. Vyvedenie v turizma. UI „Nauka i ikonomika“, Varna, 2007.

2. Zanini D., Timeshare industry makes a huge impact, ARDA Insights, July 2012.

3. AIF. Timeshare occupancy: <http://www.arda.org/aiffoundation/research/timesharedatashare/march2014datashare.aspx>.

4. Price Waterhouse Cooper, Economic impact of the timeshare industry on the US economy, ARDA International Foundation, Washington, 2006.

5. AIF. Economic Impact of the Timeshare Industry on the U.S. Economy, 2014, ARDA International Foundation.

6. RDO, Timeshare facts & figures, Media pack, June 2012.

7. Spasov, S. Hoteli za prodan. *Horemag*, Avgust 2007

8. <http://www.investor.bg/analizi/113/a/nes-podelena-vakanciia-na-pazara-na-imoti,87283/>

9. Bulgaria – a hot point in the real estate market in Europe. - *Туризм и отдих*, 2006

10. British Developments. Тенденции на пазара. - *Happy Weekend*, бр. 9, 2005

11. Stern, L. Time share time. - *Newsweek*, 20 Jan 2003, Vol. 141, Issue 3

12. <http://www.mediapool.bg/tsenite-na-va-kantsionnite-imoti-padnaha-napolovina-news190543.html>

13. Gelovska, E. Sol Melia se aktivizira na Balkanite. – *Horemag*, Yuli 2008

14. 14. Ivanova, M. Izsledvane na zavedeniyata za prebivavane v Bylgaria s potencial da bydat prisyedineni kym hotelski verigi. - Sbornik dokladi ot nauchna konferentsiq „Alternativi za razvitie na syvremenniq turizym“. Varna, UI „Nauka i ikonomika“, 2007.

МЕНИДЖЪРСКА ОЦЕНКА НА ПРИЛОЖЕНИЕТО НА ТАЙМШЕЪР В БЪЛГАРСКОТО ХОТЕЛИЕРСТВО ПО ЮЖНОТО ЧЕРНОМОРИЕ

Елена Клатева

MANAGER PERCEPTIONS ON TIMESHARE DEVELOPMENT IN THE HOTEL INDUSTRY ALONG THE SOUTHERN BLACK SEA COAST

Elena Klateva

E-mail: elena_klateva@abv.bg

ABSTRACT

Timeshare is a new hotel product, which has entered the Bulgarian hotel industry over the last few years. This paper aims at analyzing the manager perceptions on timeshare development in the hotel industry along the southern Black Sea coast. Firstly, there are some suggestions about the main features of timeshare. The information places extra emphasis on a survey among timeshare managers along the southern Black Sea coast, which shows the prospects for timeshare development in the studied tourist area.

Key words: hotel industry, timeshare, management, perception, southern Black Sea coast

ВЪВЕДЕНИЕ

Таймшеър представлява динамично и бързо развиваща се част от международната хотелиерска индустрия. Свидетелство за това е значителният прираст в таймшеър индустрията по всички по-важни направления. Количеството продажби от 1990 г. до 2010 г. се е покачило близо 4.5 пъти, достигайки до \$14.0 бил. годишни продажби. Борят продадени ваканционни седмици е нараснал близо 7.5 пъти до 16 млн. ваканционни седмици или еквивалента им в точки, а собствениците са нараснали 6 пъти до над 7 млн. таймшеър собственика. Динамиката в цената също показва успешно развитие на таймшеър индустрията – средна цена от \$19.000 за ваканционно седмица, което отразява покачване с 22% от началото на хилядолетието. [1] Тази информация показва, че таймшеър е разпространен и успешно развиващ се продукт, пред който има добри перспективи за по-нататъшно приложение.

От приблизително 8 години таймшеър се прилага осезаемо и в България, като към момента по-сериозна концентрация на таймшеър единици има в планинските ни курорти, по-конкретно в Банско и Пампорово, и в летните ни курорти по морето, където най-

сериозен таймшеър контингент има по южното ни Черноморие. Ето защо основната цел на тази статия е да *изследва мениджърската оценка за приложението на таймшеър в българското хотелиерство по Южното Черноморие*. Реализирането на поставената цел изисква да бъдат разработени и следните основни изследователски задачи:

- Да се изведат същностните характеристики на хотелиерския таймшеър, на чиято база да бъдат оценени предимствата и недостатъците му за предприемача.
- Да се изследва мениджърската оценка за приложението на таймшеър в рамките на обекта на изследването, на чиято база да се очертаят перспективите на този продукт в страната.
- Да се дадат основни препоръки към подобряване на възможностите за развитието на таймшеър в изследвания район, на чиято основа да се осигури успешно нататъшно развитие на продукта.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА ХОТЕЛИЕРСКИЯ ТАЙМШЕЪР

Тъй като в предишни публикации сме обърнали специално внимание на същността и особеностите на хотелиерския таймшеър, в

настоящото изложение накратко ще индикираме основните му характеристики и особености.

Сред основните отличителни характеристики на хотелиерския таймшеър бихме могли да отбележим:

- съвременен хотелиерски продукт, тъй като притежава неговите структурни елементи – „туристически ресурси, суперструктура, обслужване, предназначен е за определени сегменти и е локализиран в курорти, туристически места или рекреационни територии.“ [2];

- при този продукт времето, прекарано във ваканционен имот, се дели на времеви интервали, които се продават отделно на различни собственици. Най-често срещаният времеви интервал е ваканционна седмица;

- продуктът се основава на дългосрочно споразумение, което най-често дава на собственика право на достъп, но не е изключен вариант, при които купувачът придобива дял собственост от единицата, кореспондиращ на закупеното време;

- основните елементи на таймшеър продукта са 3 – таймшеър единицата, интервалът ваканционно време и срокът на договореността;

- по линия и на трите елемента съществуват редица вариации, целящи повишаване гъвкавостта на продукта (плаваща единица и/или ваканционно време, съкратен срок на договореността и др.), като върхова точка представляват точковите продукти, при които според обема точки собственикът избира всяка година ваканционното си време, вида единица и туристическото място;

- съществуват редица възможности за размяна на ваканционно време между таймшеър собственици, което допълнително повишава гъвкавостта на продукта (на база външни посредници или вътрешни програми за размяна). Други вътрешнофирмени способности са спестяване/заемане на време от една календарна година и прехвърлянето му в друга, както и деленето на ваканционно време на няколко по-кратки интервала;

- субектите в системата на таймшеър също са 3 – собственикът на таймшеър, таймшеър предприемачът и посредникът по размяна на ваканционно време (въпреки че неговото присъствие не е задължително, то е от есенциално значение за развитието на продукта);

- продажната цена на таймшеър варира в широки граници според размера закупено

време, сезон на отсядане, големина и удобства на единицата, и др. Като цяло пазарната цена на таймшеър е по-висока от характерната пакетна цена на ваканционен продукт, тъй като засяга повече на брой отсядания в рамките на срока на договореността. Поради тази причина тя често се оприличава с инвестиция, която цели да редуцира разходите за почивка на собственика за определен срок от години;

- закупуването на таймшеър предизвиква ежегодни задължения за собственика под формата на такса поддръжка на имота. Тя може да бъде твърда годишна сума или определена сума на квадратен метър;

- продуктът се лансира на база на редица съвременни маркетингови практики и техники, като отличително е, че при неговата комersiализация преобладават директните дистрибуционни канали.

Както става ясно от бързия преглед на особеностите на хотелиерския таймшеър, той притежава редица отличителни характеристики, които го правят предпочитан сред купувачите, а от там и сред предприемачите. Тъй като основна цел на настоящата разработка е да изследва оценката на таймшеър предприемачите, би следвало да се насочим към характеризиране на този основен субект в системата на таймшеър.

ИЗСЛЕДВАНЕ НА МЕНИДЖЪРСКАТА ОЦЕНКА ЗА ПРИЛОЖЕНИЕТО НА ТАЙМШЕЪР ПО ЮЖНОТО ЧЕРНОМОРИЕ

Основна роля от страна на таймшеър предприемача играе *мениджърът* или мениджърският екип по управлението на обекта. До голяма степен от управленските умения на този субект зависи продажбата на единиците и интервалите, поддържането на качеството на материално-техническата база и настаниването, което е пряко зависимо от правилното изчисляване на таксите за поддръжка и стимулирането на високите нива на удовлетвореност у собствениците. Поради тази причина ние смятаме, че това е субектът, който в най-голяма степен може да даде оценка за управлението на обекта, поради което в публикацията сме се *концентрирали върху мениджърската оценка* за развитието на този хотелиерски продукт.

По отношение на методите и техниките за събиране на информация използвахме писмено допитване чрез въпросник, който е съставен предимно от въпроси от затворен тип, като при някои от тях се допуска и посочване на повече от един отговор. При въпросите, изискващи положителен или отрицателен отговор, се използва 5-степенна скала, като средната оценка изразява неутралитет, упорните – наклонност с „по-скоро да/не”, а крайните – категорично „да” (5) или „не”(1). Въпросите в анкетата са насочени към оценка на влиянието на фактори от външната среда, позицията на мениджърите относно интегрирането на таймшеър и възможността му да допринесе за развитието на хотелиерството, както и уточняване на характера и особеностите на потреблението. В допълнение с участниците е проведено и дълбочинно интервю, при което целим да установим основните сегменти собственици; допълнителните услуги, които се предлагат към тях; нагласите за развиване на традиционен таймшеър с дялове ваканционно време и уточняване на проблемите, които понастоящем стоят пред работата на този вид обекти.

Проучването ни е осъществено в периода 15.04.2014 – 30.05.2014 г., когато е изследвано мнението и нагласите на 23 мениджъри на съвременни таймшеър обекти, ситуирани в осемте най-големи летни курорта по българското Южно Черноморие. Ние съставихме представителна извадка на база включването на таймшеър обекти с различна категория и вид, както и териториално дисперсирани в рамките на изследвания район. С оглед на големината на курортните места, предвид факта, че в Слънев бряг е ситуиран по-голям обем места за настаняване, той е представен от повече на брой обекти.

Таблица 4. Списък на изследваните таймшеър обекти по Южното Черноморие

Име на обекта	Курорт
St. George Palace, Hermes	Св. Влас
Sun Village, Azzuro, Sunny Day 1, Severina, Dune Residence, Trakia Plaza, Royal Sun, Kotva, Rio Verde, Excelsior, Palm Court, Aqua Nevis Club	Сл. бряг
Emerald Beach Resort and SPA	Равда
Marina Cape	Ахелой

Sunset Resort, Marina Holiday Club, Festa Pomorie Resort	Поморие
Santa Marina	Созопол
Grand Hotel Primorsko	Приморско
Bay View, Aparthotel Vris	Царево

В следствие на анкетното проучване и информацията, получена от дълбочинните интервюта с ръководни кадри, бихме могли да посочим и коментираме следните по-важни резултати:

По отношение на *факторите от външната среда* запитаните посочиха икономическите, социалните и екологичните фактори като стимулиращи, а като възпиращи – правните. По отношение на политическите и технологичните фактори има разнопосочност на оценките, като все пак най-много са останали неутрални. Това ни кара да смятаме, че във връзка със законовата база, нуждата от интегриране на таймшеър в Закона за туризма се очертава като належащ въпрос и необходимост, за да се създаде стабилна основа за този бизнес в страната.

На въпроса дали от мениджърска гледна точка развитието на *таймшеър обекти* по българското Южно Черноморие би могло да *подпомогне подобряването на бизнес климата* в сектор туризъм, категорично анкетирани са *положително настроени*, като 61% са отговорили с „по-скоро да”, а 35% са заявили категорично „да”. Съответно на логически произлизащия въпрос от предходния – „Чрез какво най-много би могло да допринесе развитието на таймшеър ваканционна собственост за сектор туризъм?”, всички анкетирани са посочили по повече от един отговор. Най-голяма част от участниците са посочили „привличане на повече инвестиции” (18 отговора), с което те смятат, че чрез таймшеър може да се оживи икономика и да се подобри инвестиционния климат в сектор туризъм. Следващ е „разширяване на хотелиерската дейност” (14), с което явно мениджърите разпознават таймшеър като специфичен хотелиерски продукт и смятат, че той може да бъде съпътстваща и допълваща дейност към класическото хотелиерство. С равен брой отговори са „подобряване качеството на настаняване” и „привличане на рентабилни клиенти” (по 8), което по наше мнение свидетелства, че и от мениджърска гледна точка таймшеър е висококачествен продукт, който привлича клиенти с добри платежоспособни възможнос-

ти. Това е важно, предвид факта, че болшинството почиващи в страната чуждестранни туристи използват настаняване тип ол инклузив и много често не потребяват в обекта нищо извън предплатения пакет.

Във връзка с оценката на мениджърите по отношение на *достъпа до финансиране* за покупка на таймшеър, освен стандартните варианти – собствени средства и финансов заем, включихме и съвременни опции като привлечен капитал (акции и облигации, по примера на Хепимаг и НРВ) и бизнес коопериране, поради факта, че на световния пазар джойнт-венчър контрактите набират особено значение. В таймшеър сектора те са най-често между строителна фирма и таймшеър бизнесмен, когато първата изгражда обекта на преференциална цена срещу притежанието на част от имотите и възможността да осъществява поддръжката на обекта. По този начин искахме да уточним нагласите на хотелиерските управители за приложението на тези модерни варианти за финансиране. Ясно се вижда, че оценката на мениджърите е насочена главно към финансирането със собствени средства, което означава, че според тях към момента останалите възможности са лимитирани.

Таблица 5. Мениджърска оценка на достъпа до финансиране на покупка на таймшеър (от 1 до 5 – с най-голям достъп)

Начин на финансиране	Средна оценка
Собствени средства	4.61
Финансов заем	2.61
Привлечен капитал /акции, облигации/	1.30
Бизнес коопериране /джойнт-венчър/	1.83

По отношение на честотата на посещенията на собствениците в обектите, повечето мениджъри посочват, че най-често те отсядат два пъти в годината (52%). Не са малко и анкетираните, които посочват повече на брой посещения – между 3 и 4 пъти (30%) или повече от 4 (13%). Престоят на собствениците в обекта, според анкетираните, е най-често 2 седмици (44%), като 21% са посочили 3 седмици, а 35% са посочили период, по-дълъг от 3 седмици. С тези данни ние подкрепяме твърдението, че таймшеър е предназначен за по-дълъг престой и са характерни повечето

на брой ежегодни посещения, което спомага за подобряване на заетостта през годината.

Във връзка с предпочитанията *туристически сезон* за отсядане, отговорите са разнопосочни. По 35% от анкетираните са посочили „в крилата на активния сезон” и „през силния сезон”. Не малко, почти 18%, са посочили, че техните собственици отсядат преимуществено в пиковата част на силния сезон и само 12% – извън активния сезон. Предвид факта, че всички обекти отдават имоти за туристическо настаняване, резултатите са притеснителни, тъй като очевидно се възпрепятства класическата хотелиерска дейност и присъствието на собственици не спомага за преодоляване на сезонния характер на потреблението. Въпреки това, на въпрос дали присъствието на собствениците спомага за по-равномерното разпределение на посещенията в обекта през годината, най-голяма част от запитаните са посочили „по-скоро да” (45%), което ние обясняваме с повечето на брой посещения през годината и възможността част от тях да са извън активния сезон.

По отношение на профила собственици, бихме могли да заключим, че те са основно семейства с деца, тъй като основен дял от запитаните посочва, че най-честият брой на собствениците, които отсядат, е четирима човека (65%). На въпрос дали собствениците посрещат други хора в имота си, отговорът е категоричен със 100% посочили „да”, като почти всички са посочили двата възможни отговори – „приятели” и „роднини”, което изтъква и един от позитивите на таймшеър собствеността – възможността за посрещане на близки и приятели, без да се налага допълнително заплащане.

Посочените от анкетираните данни за структурата на обичайните разходи на собствениците в обектите бихме могли да характеризираме като позитивни. Делът на разходите за храна и напитки варира между 15% и 80%, но най-често срещаните отговори са между 50% и 70% (при 15 от анкетираните). Разходите за развлечения са между 15% и 50%, като най-често срещаният отговор е между 20% и 40% (при 18 от запитаните), докато на комунални услуги се пада най-малкият дял – между 5% и 40%, с най-често срещана величина между 5% и 15% (при 17 от участниците), което показва склонността на собствениците от гледна точка на мениджърите да извършват допълнителни разходи в обекта, включително и за типично туристически ус-

луги. Ние считаме, че това очертава таймшеър потреблението като рентабилно, за разликата от ситуацията с повечето масови туристи, които са характерни за България. [8]

Във връзка с *таксата за поддръжка*, която собствениците са длъжни да заплащат на годишна база, не всички мениджъри пожелаха да отговорят на въпроса, тъй като тази информация се характеризира като конфиденциална. От всички 23 участника, 15 се съгласиха да дадат информация по този въпрос. Интересен е фактът, че посочените цифри могат да се систематизират в две големи групи – такса според вида на единицата и такса на квадратен метър. Твърда сума според вида единица най-често прилагат по-малките обекти и тя варира между 300 и 600 евро. В другата група цифрите се движат между 8.5 и 16 евро с ДДС, но най-често са от порядъка на 12 – 16 евро на квадратен метър с ДДС. Взимайки долната граница на модата от 12 евро и най-малкия вид единица – студио от 38 кв. м., то таксата за годишна поддръжка се получава близо 460 евро, което е по-скоро висока стойност. Противоположно на това, от мениджърска гледна точка годишните разходи за поддръжка, заплатена от собствениците, са оценени като по-скоро средни (43.5%) и относително или категорично ниски (съответно 30.4% и 8.7%). Въпреки това, във връзка със специфичната функция на таксата поддръжка да създава стабилни финансови потоци за хотелиера, основен дял са посочили, че таксата все пак спомага за по-лесното покриване на постоянните разходи на обекта (69.6%).

При мениджърска оценка на значението на елементите на ваканционния продукт освен характерните три елемента на хотелиерския продукт (туристически ресурс, обслужване и материална база), сме добавили и четвърти – мениджърския, за да разберем перцепцията на ръководните кадри относно тяхна роля в изграждането, лансирането, оперирането и поддръжката на таймшеър.

Таблица 6. Мениджърска оценка на значението на елементите на продукта (от 1 до 5 – с най-голямо значение)

Елемент	Средна оценка
Туристически ресурс	4.04
Обслужване	4.61
Материални условия	4.57
Мениджърски екип	4.52

От таблицата се вижда, че най-високо е оценен елементът обслужване, след който са материалните условия с минимална разлика, като и двата елемента притежават най-голям дял с най-висока оценка (по 78.3%). Предвид факта, че по време на дълбочинното интервю стана ясно, че всички обекти разчитат на вътрешнофирмено обучение, но само в 4 от тях има ясно изградени вътрешни стандарти за процеса, считаме, че това е в противоречие със засвидетелстваната висока оценка на елемента обслужване. В допълнение при обучението на кадрите се разчита основно на предаване на опит от старши към новопостъпили служители, като не се наблюдава спецификата при обслужване на собственици, която е твърде различна от комуникацията с туристи.

По отношение на материалните условия и удобства е факт, че като цяло основна част от хотелиерските обекти в страната инвестират основно в това направление. При туристическия ресурс по-слабият интерес отговаря и на липсата на инвестиции и ангажираност по това направление, като ресурсът се приема по-скоро за даденост, отколкото за всеобщ ангажимент. Интересен е резултатът при четвъртия елемент, който се нарежда на трето място като средна оценка. Това според нас означава, че не всички мениджъри оценят значимостта на дейността си по отношение на успешната реализация на продукта, която ние подчертахме в рамките на настоящия параграф.

Във връзка с услугата „размяна на ваканционно време”, изследваните обекти не предлагат нито външни посреднически услуги, нито вътрешна програма за размяна. Това подкрепя тезата ни, че посредничеството в тази ниша е изключително слабо развито в страната, но предвид факта, че това е едно от основните предимства на продукта, смятаме, че това е едно от слабите звена на таймшеър в изследвания от нас район.

Лоялността към фирмата от страна на собственика е ключова за успеха на таймшеър обекта, основно поради ежегодните и почести посещения, дългосрочното обвързване и последващите ангажименти на клиента по отношение на поддръжката. Проявяването на разбиране и съпричастност и чувството за втори дом до голяма степен кореспондират с нивото на лоялност от страна на собствениците към обекта и са решаващи за нормалното и безпроблемно функциониране на обекта.

В това направление е положително, че на въпрос дали собствениците демонстрират лоялност към хотелиера и продукта, основен дял (65%) са посочили „да“ или „по-скоро да“. Кореспондиращо с този резултат, всички анкетиранни предлагат специални допълнителни услуги за собствениците си, които най-често са почистване, пране и химическо чистене, трансфери. Упражняват се и ценови политики за преференциално консумиране в рамките на обекта, като отстъпката е най-често в рамките на 20%, но в някои обекти достига и до 50%. В някои от по-големите обекти за улеснение на собствениците се издават карти за ползване на услугите в обекта „на кредит“, който се изчиства в края на престоя. Така сумата може да бъде приспадната директно от натрупания приход за собственика от туристическо настаняване, с което собственикът материализира печалбата си.

По отношение на *перспективите за развитие* на таймшеър, нагласите на участниците са позитивни. Оценката на мениджърите за ваканционните комплекси по Черноморието са почти изцяло позитивни или по-скоро позитивни (87%), като останалите 13% са останали неутрални. Въпреки това участниците признават, че според тях традиционен таймшеър с дялове ваканционно време е по-скоро неприложим поради сложната организация, по-бавната продажба на единиците, по-високата цена и липсата на сигурност. В тази връзка оценката на позитивните страни от управление на таймшеър обект е, както следва:

Таблица 7. Мениджърска оценка за значението на позитивните страни от управлението на таймшеър обект (от 1 до 5 – с най-голямо значение)

Позитив	Оценка
По-бързо възвръщане на инвестицията	4.04
Преодоляване на сезонността	3.39
По-ритмични посещения през годината	2.96
Спомагане за покриването на постоянните разходи	4.00
По-висока степен на лоялност към търговската марка	3.52
Постигане на по-високо качество на цялостния продукт	3.96

Сред поставените опции няма ясно изявен лидер, като основната част от оценките се

движат между 3.00 и 4.00. Най-високо оценено е *по-бързото възвръщане на първоначалната инвестиция* в сравнение с класическия хотел. Това кореспондира и с друго проучване в областта, където се отбелязват като основни преимущества на апартхотела по-бързото възвръщане на инвестицията и по-малкият риск поради разпределението на отговорността между повече на брой субекти. [9] С минимална разлика е *спомагането за покриване на постоянните разходи*, следвано от *постигане на по-високо качество на цялостния продукт*. Относително средни оценки бележат *по-високата степен на лоялност към фирмата* и *преодоляването на сезонния характер* на потреблението. Според мениджърите таймшеър в сегашния му вид трудно може да помогне за преодоляване на сезонността в туристическото потребление и за ритмично разпределение на посещенията. Основните преимущества, които те виждат, са от чисто финансов характер, което означава, че все още не е достигнато усвояване на всички възможности от развитието на таймшеър продукти.

Сред другите важни резултати, до които стигнахме от проведеното интервю с ръководните кадри, са следните:

Основен сегмент потребители на таймшеър продукти в изследвания от нас район са руснаци, което не ни изненадва, тъй като още през 2005 г. започнаха големите руски инвестиции в новопостроени апартхотели, предимно в сегмента 4-5 звезди [10], като до 2009 г. България стана трета сред предпочитаните дестинации за почивка на руснаци [11], основно на база на предпочитанията на сегмента към морска рекреация и до някъде към лечебен/СПА туризъм. [12] Това считаме за благоприятно, тъй като профилът им е порентабилен в сравнение с масовия турист, предвид факта, че повечето руски туристи, посещаващи България, са със среден и над средния доход, предпочитат по-дълги почивки – от 10 дни до 3-4 седмици, и са най-често семейства с деца. [13] По отношение на руските собственици обаче, повечето мениджъри посочват, че основна част не предпочитат да отдават за туристи, което ги очертава повече като собственици на втори дом.

По отношение на поддръжката на обекта при по-малките по капацитет обекти и тези от по-ниската категория се наблюдава значително по-либерална политика при избора на компания. При тях на собствениците се дава

право да избират между менажиращата фирма в обекта и външни пропърти агенции, като туристическото отдаване те могат да извършват и самостоятелно чрез обяви в интернет сайтове, вестници и др.

Най-значимите проблеми пред работата на мениджърите се отнасят основно до относително високия брой нелоялни платци сред собствениците и липсата на дисциплина у тях. Във всеки обект средно между 10% и 30% са тези, които просрочват срока за плащане на такси поддръжка. От друга страна тези, които желаят да отдават имота си за туристическо ползване с цел печалба, предпочитат да отседат през активния сезон, което възпрепятства процеса. Други пречки, които запитаните посочват, са лошото качество на строителството и съпътстващите от това проблеми при поддръжката, както и подвеждащия маркетинг, който т.нар. „дилъри“ осъществяват още в процеса на генериране на клиентите. [14] Те продават имотите с инвестиционна цел и обещават срок за откупуване на инвестицията в рамките на 6 г. – 7 г., което е далеч от реалните 5% до 7% годишна възвръщаемост.[15]

Някои други проблеми са нерегламентирано настаняване на туристи от страна на собственици, които са ангажирали вътрешния мениджърски екип за управление на имота; възникване на конфликтни ситуации между туристи и собственици, които предпочитат по-спокойна почивка от семеен тип, докато при туристите, най-често младежи, се предпочита по-активно прекарване на времето; трудности при заплащането на данъци и други подобни такси от собствениците, тъй като това не може да се извършва дистанционно, а както стана ясно, повечето са чуждестранни резиденти, и др.

ИЗВОДИ

Основните изводи от представените резултати от изследването на мениджърската оценка за приложението на таймшеър в хотелиерството по българското Южно Черноморие са следните:

За мениджърите в таймшеър обектите в изследвания район съществуват възпрепятстващи условия на външната среда, изразяващи се по-конкретно в слабата и неясна законова рамка в областта на туризма.

Като цяло нагласите за развитие на таймшеър са позитивни и се смята, че тази дейност може да подобри бизнес климата в сектор туризъм, най-вече чрез привличане на нови инвестиции и разнообразяване на хотелиерския продукт.

Най-силните страни на този вид бизнес, според запитаните, са по-бързото възвръщане на инвестицията, по-лесното покриване на постоянните разходи и възможността за привличане на рентабилни клиенти, които с характеристиките си да спомогнат за преодоляване на сезонния характер на туризма и подобряване на годишната заетост в обектите.

Най-важен елемент в продукта на изследваните обекти е обслужването, въпреки че специфични ангажименти по отношение на обучение и развитие на кадрите не се прилага. Отчита се липса на ангажираност към туристическите ресурси.

Поради отсъствието на вътрешни или външни програми по размяна на ваканции, се забелязва ниска гъвкавост на наличните таймшеър продукти.

Поради високия дял неутрални оценки, не се отчита адекватна ангажираност по проблемите с лоялността на собствениците към хотелиера, като се забелязва и неразбиране на важността и ролята на мениджърския екип от самите ръководни кадри.

Отсъстват адекватни мерки за справяне с налични проблеми пред дейността на обектите като конфликтни сегменти потребители, висок дял нелоялни платци сред собствениците и лоша дисциплина по отношение на туристическото отдаване.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение може да се обобщи, че съществуват добри предпоставки за развитието на таймшеър в хотелиерството по българското Южно Черноморие, което само по себе си би могло да подпомогне хотелиерите в развитието и разширяването на продукта си и достигането на различни от настоящите целеви сегменти, както и да предложи редица преимущества за собствениците на продукта. Въпреки това, съществуват и някои пречки пред развитието на този иновативен хотелиерски продукт, които изискват предприемане на съответните мерки. Добре би било да се разработят ефективни решения против високия

дълг нелоялни платци сред собствениците, да се повиши гъвкавостта на таймшеър чрез разработване на програми за размяна на ваканционно време, да се насочат усилия към усъвършенстване на обслужването в таймшеър обектите и да се покаже ангажираност на хотелиерите към туристическите ресурси.

ЛИТЕРАТУРА

1. ARDA. Worldwide shared vacation ownership report. Washington: ARDA, 2012.
2. Дъбева, Т. Хотелиерски и ресторантьорски франчайзинг. УИ „Наука и икономика“, Варна, 2013.
3. Blank, D. Are time-shares a seaworthy idea? - *Business Week*, 28 June 1999.
4. Kaufmann, T. et al. Timeshare management: The key issues of hospitality managers. Oxford: Elsevier, 2009.
5. Guadalupe-Fajardo, E. Time share giant Westgate Resorts eyeing Puerto Rico for \$70 million investment, *Caribbean Business*, 17 May 2001, Vol.29, Issue 20.
6. Wates B., Timesharing: The practical guide. London, David & Charles, 1989.
7. Buck, K. (2014), Why join a vacation club?, available at: <http://vacation-club-review.toptenreviews.com/>
8. Ракаджийска, С. и к-в. Препозиционирание на туристическа дестинация България, УИ „Наука и икономика“, Варна, 2005.
9. Казасов В. Апартохотелът – премерен риск или авантюра? - *Хоремаг*, бр. 6, 2007
10. Николова М. Руските туристи се завръщат в България. - *Туристически пазар*, юни 2005
11. Шпилко, С. Почивам, значи съществувам. - *Туристически пазар*, март 2009 .
12. Димитров, Д. Летните планове на руснаците се разминават с мечтите им. – *Туристически пазар*, авг. 2006.
13. Димитров, В. Профил на руския туристически пазар. - *Туристически пазар*, юни 2005.

14. Epstein, J. Time-share hell. - *Latin Trade*, Sep 2001, Vol. 9, Issue 9.

15. Taylor, M. FOFA carve-out for time share commissions.- *Money Management*, August 2012.

REFERENCES

1. ARDA. Worldwide shared vacation ownership report. Washington: ARDA, 2012
2. Dabeva, T. Hotelierski I restorantyorski franchajzing. UI „Nauka I ikonomika“, Varna, 2013.
3. Blank, D. Are time-shares a seaworthy idea? - *Business Week*, 28 June 1999.
4. Kaufmann, T. et al. Timeshare management: The key issues of hospitality managers. Oxford: Elsevier, 2009.
5. Guadalupe-Fajardo, E. Time share giant Westgate Resorts eyeing Puerto Rico for \$70 million investment, *Caribbean Business*, 17 May 2001, Vol.29, Issue 20.
6. Wates B., Timesharing: The practical guide, London, David & Charles, 1989.
7. Buck, K. (2014), Why join a vacation club?, available at: <http://vacation-club-review.toptenreviews.com/>
8. Rakadzhijaska, S. Prepozitsionirane na turistichestka destinatsiya. UI „Nauka I ikonomika“, Varna, 2005.
9. Kazasov, V. Aparthotelyt – premeren risk ili avantyura? - *Horemag*, br. 6, 2007.
10. Nikolova, M. Ruskite turisti se zavryshtat v Bylgaria. - *Turisticheski pazar*, Yuni 2005.
11. Shpilko, S. Pochivam, znachi syshtestvuvam. - *Turisticheski Pazar*, Mart 2009.
12. Dimitrov, D. Letnite planove na rusnatsite se razminavat s mechtite im. - *Turisticheski pazar*, Avgust 2006.
13. Dimitrov, V. Profil na ruskiya turistichestki pazar. - *Turisticheski pazar*, Yuni 2005.
14. Epstein, J. Time-share hell, *Latin Trade*, Sep 2001, Vol. 9, Issue 9.
15. Taylor M. FOFA carve-out for time share commissions. - *Money Management*, August 2012.

**КОНЦЕПЦИЯ ЗА ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ФЕНОМЕНА „НЕСТИНАРСТВО” КАТО
УНИКАЛЕН ЕЛЕМЕНТ ОТ НЕМАТЕРИАЛНОТО КУЛТУРНО –
ИСТОРИЧЕСКО НАСЛЕДСТВО НА ДЕСТИНАЦИЯ БЪЛГАРИЯ**

Златина Караджова

**A CONCEPT OF POSITIONING THE "NESTINARSTVO" PHENOMENON AS A UNIQUE
ELEMENT OF THE INTANGIBLE CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF
DESTINATION BULGARIA**

Zlatina Karadzova

E-mail: zlatina_karadjova@abv.bg

ABSTRACT

Cultural tourism is a dynamic branch worldwide that can reveal new opportunities for Bulgaria as a tourist destination. The object of study of the present article is Bulgarian intangible cultural heritage and, in particular, the unique Bulgarian phenomenon of “Nestinarstvo” in its role as a tourist attracting factor. The aim is to build a concept of positioning this unique tradition as a must-see phenomenon that appeals to the minds of both domestic and international tourists. The interest in the topic is determined by the leading role of tourism in Bulgaria, as well as the positive trends in the development of cultural tourism.

Key words: cultural tourism, unique phenomenon, Nestinarstvo, destination Bulgaria

УВОД

Съвременният туризъм е динамично развиващ се отрасъл, приоритетен за националното стопанство и с големи перспективи за развитие, които се обуславят от наличието на благоприятни природни и антропогенни ресурси. Според прогнозите на специалистите туризмът ще се превърне в една от най-големите индустрии в света, която по външнотърговски постъпления ще си оспорва дори първото място с информационния бизнес.

Международните туристически движения за 2014 година достигат 1,138 милиона, което е увеличение с 4,7% спрямо предходната година, според данни на Световната туристическа организация. За 2015 г. UNWTO прогнозира международният туризъм да нарасне с 3% до 4%, което допълнително ще допринесе за глобалното икономическо възстановяване. „През последните години туризмът се е доказал като изненадващо силна и устойчива икономическа дейност и основен фактор за икономическото възстановяване чрез генериране на милиарди долари в износа и създаването на милиони работни места. Това е вярно

за дестинации по целия свят, но най-вече за Европа, тъй като регионът се опитва да консолидира своя начин за излизане от един от най-тежките икономически периоди в своята история.“ [10]

През периода януари-декември 2014 г. България е посетена общо от 7 310 845 чуждестранни граждани (без транзитно преминалите). Техният брой е с 6 % повече спрямо същия период на 2013 г. Приходите от международен туризъм за периода януари-ноември 2014 г. възлизат на 3 004.2 млн. евро, което е с 1.7 % повече в сравнение със същия период на 2013 г. [11]

Като отрасъл туризмът има специфични черти, които го разграничават от останалите отрасли на националното стопанство. Съвременният стопански туризъм има разностранно значение, което намира отношение във всички сфери на икономическия, социалния, обществен и културен живот на нашата страна.

Туризмът не включва само рекреативните и познавателни дейности като самото пътуване, изграждане на материално-техническата база, производството на стоки и обслужването на туристите. Това е фактор за развитието не на отделната туристическа единица, а за

цялата икономика на страната. Отрасялт има силно изразено социално и културно значение. Първото се претворява чрез осъществяване на социални контакти, които неминуемо възникват между туристи и персонал, туристи и местно население, обслужващ персонал и различни групи от отделни страни. Тези контакти могат да се оценят положително, защото стимулират взаимното уважение, задоволяването на интереси, потребности, познания.

Особено голямо значение за съвременното развитие на туризма в България имат следните фактори:

- политически – промените в Източна Европа и в България, политическата ситуация в Балканския регион, засилването на процесите на интеграция в Европейската общност и други;

- икономически – спадът в икономическото развитие на България, отразяващ се върху жизненото равнище и възможностите за обслужване на туристическия отрасъл, сходната икономическа ситуация на повечето от традиционните източноевропейски пазари на българския туризъм, въвеждането на редица пазарни елементи в икономиката, процесите на смяна на собствеността, динамика на цените и на валутните курсове, и други;

- социално-психологически – стремежът за пътуване от страните от Източна Европа /включително и от България/ към западни страни, престижният характер на туристическите пътувания и особено ограничената, негативна или едностранчива представа за България на външните пазари в различни аспекти;

- демографски – брой и структура на населението като фактори за големината и структурата на туристическото търсене и като фактори за броя и качеството на заетите в туристическото обслужване;

- състояние на общата инфраструктура и особено на транспортната;

- досегашно развитие на туризма и отдиха, което, от една страна, е фактор за формиране на опит у заетите в отрасъла и на туристически навици у населението, а от друга, създава определена инерционност в развитието. [9]

Културният туризъм е част от алтернативните видове туризъм. Пред феномена културен туризъм се разкриват нови възможности както в дестинация България, така и в световен мащаб. Наблюдава се нарастващ интерес към културното наследство. Прогнозите на

Световната организация по туризъм сочат, че към 2020 г. той ще бъде водещ в света.

Предмет на изследване в тази статия е уникалният за България феномен „Нестинарство”.

Обект на изследване е българското нематериално културно-историческо наследство в ролята му на привличащ туристите фактор.

Целта е да се изгради концепция, която да позиционира Нестинарството като феномен, който е задължително да бъде видян и съпреживян в съзнанието на потенциалните и реални вътрешни и международни туристи.

За постигане на тази цел се решават следните основни *задачи*:

- ❖ Изяснена е в теоретически и практически план същността на културния туризъм;

- ❖ Открито е приоритетността му в развитието на нашата страна;

- ❖ Дадено е изчерпателно описание на обичая „Нестинарство”.

- ❖ Разработена е концепция за позициониране на този феномен.

Хипотезата, върху която се работи, е, че България има съществени ресурси за развитието на културен туризъм, но недостатъчна политика по отношение на бъдещата му перспектива и позиционирането му като приоритетен. Още по-малко са известни на българския и международния туристически пазар уникалните по нашите земи обичаи.

Актуалността на тематиката се предопределя от водещите позиции на туризма в България, както и положителните тенденции в развитието на културния туризъм.

КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ – СЪЩНОСТНА ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Културният туризъм е съчетание от две понятия – култура и туризъм. За да бъдем съвсем точни, трябва да разгледаме понятието „култура” в неговия тесен и широк смисъл. В тесен смисъл под „култура” се разбират историко-художествените аспекти на даден регион, например архитектурни паметници, музеи и т.н., както се представят в класическите туристически каталози. В по-широк смисъл културата обхваща обичаи, традиции, занаятчийство, исторически и модерни технически паметници, национална кухня, език и т.н. Тя стои зад всичко, което правим, проличава в обществения и личния ни живот, във всекидневието ни, в празниците ни, във вярванията ни. [4]

Културният туризъм предоставя възможност за запознаване с историята, изкуствата, религията, начина на живот на хората от различни географски региони и с много други елементи като националната кухня, традиции и обичаи, които формират местния жизнен стил и стандарт.[2]

Културният туризъм, свързан с културно - историческото наследство, е специализирано туристическо пътуване с посещение на исторически и архитектурни паметници, музеи, галерии и др. В основата на интереса към този вид туризъм е културното наследство. При него интересът на посетителите е насочен към различни древни селища, етнографски резервати, исторически паметници, архитектурни обекти, замъци, крепости, манастири, резервати, галерии, музеи и много други. В европейската практика съществува дори и т.нар. военноисторически туризъм.

Тенденциите в световен мащаб показват бързо нарастване на пътуванията, които задоволяват социокултурни потребности. Сред тях са посещенията на културни и исторически паметници, културни събития от най-широк диапазон, конгресни прояви, бизнес срещи и други. [1] От една страна, туристите с по-високо образование, с по-изявени културни интереси пътуват все повече и търсят по - качествени и по-разнообразни услуги. Това определено ги ориентира към културния бизнес и хоби туризма. Те са и по-платежоспособни, и се отличават като почитатели на нетрадиционните видове почивка и пътувания. От друга страна, самите туристически пътувания са пряко свързани с културата, образованието и възпитанието на клиентите. През последните години все повече се увеличава броят на информирани, интелигентни и платежоспособни туристи, които пътуват предимно с цел опознаване на европейската и световната култура. Колкото тези посетители са с по-изявени културни интереси, толкова са по-далеч от стереотипите на потребление в туризма.

Според „Стратегическия план за развитие на културния туризъм в България”, културният туризъм допринася за съхраняването на културно-историческото наследство и развитието на съвременните артистични и визуални дейности и е част от стратегическите планове за развитие на местно, регионално и национално ниво с активното участие на различните институции, организации и заинтересовани лица.

Туризмът е временно движение и пребиваване извън постоянното местожителство, продиктувано от различни мотиви, предопределящи целта на пътуването, без да се упражнява трудова дейност, вследствие на която да се получават доходи. [3]Определението на проф. Енчо Костов в книгата му „Културният туризъм” представя същността му като „специализирано туристическо пътуване, мотивирано от задоволяване на социокултурни потребности чрез консумация на културни ценности. [5]

Като следствие от това можем да изведем следната дефиниция: под културен туризъм се разбират пътувания с цел посещението на културно-исторически паметници, опознаването на чужди култури или посещението на културни прояви. Той предоставя възможност за пряко общуване между хората, за разбирателство и уважение към чуждата култура, което придава ново измерение и привлекателност на различните дестинации. Освен това културният туризъм с също така и ресурс с огромен икономически потенциал, който решава редица икономически и социални проблеми, свързани със заетостта на работната сила, съхранението и поддръжката на паметниците на културата, като същевременно е източник на приходи за развитие и съхраняване на занаяти, традиции и други.

Културният туризъм като социално-икономическо явление има комплексен характер. Той представлява сложно единство на бизнес и културна атракция. Културните ценности са задължително условие за развитие на културния туризъм. По своята същност те са съвкупност от обекти и явления, чиито познавателен и емоционален ефект са насочени към задоволяване на социокултурните потребности.

Културните ценности могат да бъдат групирани в три направления:

❖ Първото обхваща културно-исторически паметници и забележителности. Към тях се включват: археологически забележителности, архитектурни паметници и комплекси, манастири и църкви, етнографски забележителности, музеи и др. В обобщен вид те представляват културното наследство на дадена страна.

❖ Второто обхваща произведения на изкуството от древността до наши дни. Към тях се включват всички подвижни материални културни ценности: колекции от художествени предмети, произведения на живописата,

скулптурата, народните художествени занаяти, шевиците, националният костюм и др. Чрез експозицията на тези културни ценности могат да се привличат културни туристи.

❖ Третото включва периодични и епизодични прояви, чрез които се оценяват постиженията в областта на духовната култура. Към тях се причисляват: фестивали, спектакли, изложби, конгреси, панаири, тържествени чествания и др. Степента на тяхната престижност определя и интереса на туристите към тях.

България се нарежда на призовото трето място по културно-историческо наследство в Европа. Според много експерти страната ни е на трето място след Италия и Гърция по брой и разнообразие на културно-исторически паметници. Страната ни е земя на седем цивилизации, които през последните 4000 години много интензивно са се развивали на днешните български земи - праисторическата, древногръцката, римската, древнотракийската, византийската, българската и ислямската.

ФЕНОМЕНЪТ НЕСТИНАРСТВО

Нестинарството [12] е обичай, който често е свързан с езичесвото, с окултното, недолюбван от православната църква и все пак – по свой начин изключителен, вдъхновяващ и пречистващ. В средите на историците и етнографите често възниква спор кога точно е възникнало нестинарството и откъде произхожда. Повечето изследователи се обединяват около теорията, че то е наследството на древните траки, един народ, който е бил наистина близък с нематериалното, отделял е истинско внимание на човешкия дух. Корените на този уникален ритуал обаче е трудно да се определят, макар историческата логика да сочи най-вече към неговия тракийски произход. Интересен е коренът на самата дума – нестинарство. Някои специалисти твърдят, че тя произлиза от гръцкото „анастенагмос“ – дишане, въздишане, заради поведението на самите нестинари по време на обряда. Други го свързват със значението на думата „хестия“ – огън, или „анастено“ – възкръсване. Когато човек слуша разказите на българските нестинари той може да намери връзката между всички тези твърдения, всички те изглеждат правилни. Въпреки всичките неясноти около произхода и семантиката на ритуала, неговото съществуване е факт.

Нестинарството [8] е неповторимо явление в българската обредност и народопсихология, което и до днес не е разбулило докрай своето тайнство. То не е само ритуално зрелище – ходене с боси нозе върху жива жарава, а разгърнат комплекс от целогодишни практики, упражнявани от специални общности със сакрални функции, служещи на и считани за покровителствани от светците Константин и Елена.

Митове и легенди се носели за хората, които боси ходели по нагорещената от огньовете жар и излизали от нея без рана. Преданията за съдбата на нестинарството от онова време са много. Говори се, че възраждането на нестинарството започнало с началото на османското робство. Когато турците нападнали днешното село Българи, те подпалили къщите на хората, а покрай тях пламнала и църквата. Легендата гласи, че тогава една стара жена видяла горящия божи храм и се разплакала. Тя се затичала и влязла в горящата сграда по боси крака. От огъня тя успяла да спаси само една икона – тази на светците Константин и Елена. Тя излязла от църквата, сякаш в транс, преминавайки през нагорещената жарава. Хората изгледали старичката удивени и учудени от нейните преめждия. Това предание, разбира се, не е достатъчно исторически издържано, но старите нестинари и до днес вярват в него. Вярват, че тогава започва възраждането на техния ритуал, а в негови покровители се превърнали светците Константин и Елена.

Именно затова за своеобразен празник е избран техният ден, който се пада на 3-ти срещу 4-ти юни. През деня на 3-ти започва „обличането“ на иконите – те се обгръщат с огненочервен плат, обшит със стари монети. Следвани от цялото село, те се отнасят към аязмото (чешма, намираща се край храм) на Св. Константин и Св. Елена, където държалките им се измиват ритуално. Подготвянето на жаравата започва на същия ден преди обяд, тя се разстила в правилен кръг, около който по-късно се събират всички. Привечер нестинарите се отправят към параклиса на Св. св. Константин и Елена, където се молят пред техните икони и кадят тамян. Вечерта около храма се събира цялото село, като задължително има гайдар и тъпанджия, които свирят три специални за случая мелодии. Шествието тръгва от храма към жаравата и тогава започва кулминацията на празника. Изпаднали в транс, нестинарите влизат в кръга, крещейки.

Първият преминава, като описва кръст, след което го последват останалите.

След като нестинарският танц приключи, събралите се около жаравата започват традиционно хоро. Описаният ритуал е съхранен в село Българи – Странджа, където на 3-ти юни вечерта се стичат всякакви хора, заплени от мистиката и магията на една уникална традиция.

Нестинарите вярват, че огънят пречиства, „възкресява“ душата. Той отблъсква злините, човешките и лошите духове, лекува болестите, а нещастieto се изпарява от сърцата, опрошава греховете на присъстващите. Изпаднали в транс, нестинарите пренасят през жаравата малки момчета и момичета за дълголетие, както и болни, за да ги излекуват. Сред обществото голям спор възниква около това кой може да стане нестинар. Някои казват, че за да ходиш по жаравата, трябва да ти е дадено по рождение, да искаш и да вярваш. Други твърдят, че нестинар се става само когато истински такъв ти го „предаде“. „Самите нестинари пък, макар и да признават, че не могат да обяснят собствените си способности, също ги приемат като харизма и не се опитват да ги анализират или коментират. Те са убедени, че силата им за тази тавматургия идва от силната им вяра и упование в покровителстващите ги светци. Затова много от тях, особено от предишното поколение нестинари, заявяват за халюцинаторни изживявания непосредствено преди и по време на играта в огъня.”

Този древен ритуал е обгърнат с мистерии и дух, които са необясними. Ходещите по огъня са обявени от ЮНЕСКО за нематериално културно наследство. Както българи, така и чужденци се радват ежегодно на тази удивителна традиция, която се спазва ежегодно в с. Българи.

ОСНОВНИ ТЕНДЕНЦИИ В ТЪРСЕНЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ НА С. БЪЛГАРИ

Първата основна тенденция, на която следва да спрем вниманието си, е трайният спад на разходите, които извършват българските туристи. Този резултат се дължи най-вече на факта, че туристите, които осъществяват туристическо пътуване у нас, са нископлатежоспособни. Разходи от нива средно 6 лв. на член от домакинството за месец са определено твърде скромни. Не бива да се за-

бравя, че те обединяват свободно време, култура и образование.[6]

Причините, породили неблагоприятната структура в качеството на чуждестранния туристопоток у нас, се дължат на слабата позиция на българските хотелиери и ресторанти на международния пазар, неспособността на комплексния туристически продукт да задоволи потребностите на все по-взискателния турист, съотношението цена – качество и редица други. За да се повишат системно разходите на туристите в бъдеще, е необходимо подобряване на качеството на българския туристически продукт, неговата атрактивност и не на последно място съотношението цена – качество.

Значително скъсяване на сезона при морския рекреативен туризъм, както като цяло, така и на отделните му елементи – висок, среден и нисък сезон, е следващото, върху което ще спрем вниманието си. Тази неблагоприятна тенденция се дължи на факта, че се снижава способността на българските туристически предприятия да привличат потребители за стоката или услугата си. В този смисъл е необходимо да се съсредоточат усилията на всички единици от нашето туристическо предлагане, за да се постигне трайно, системно увеличаване на сезона.

Снижаване средната продължителност на престоя на туристите и на средния разход на един турист у нас е следващата тенденция, която следва да се открие. Това се дължи както на световната криза, така и на последвалата я рецесия у нас и в съседните дестинации.

Увеличаване дела на морския рекреативен туризъм за сметка на планинския, балнеоложкия, селския и всички останали подвидове на туризма, развивани у нас. Тази тенденция се дължи на факта, че сред глобалния туристически интерес преобладава този, непосредствено свързан с морския рекреативен туризъм. Но въпреки че морето е предпочитано от болшинството, трябва да се отчете, че на територията на страната ни са разположени много села със запазена природа и автентични древни обичаи като нестинарството.

Съчетаването между добри икономически условия и природна среда (която безспорно е налице), ще доведат до ефективно развитие на селския туризъм, а това по същество ще доведе до приток на капитал, повишаване заетостта на трудоспособното местно население, подобряване инфраструктурата на ре-

гиона, привличане на по-голям брой туристи за селски туризъм.

Забелязва се предоставянето на все повече стоки и услуги на международните пазари, в това число и туристически, които акцентират върху личните предпочитания на туристите. Голямо внимание се обръща на екологичните продукти на базата на две основни причини: формиращо се като масово явление все по-силното обществено мнение за защита на природата и по-добрите качествени характеристики на тези продукти, по-високата им конкурентоспособност и източник за привличане на друг тип туристи.

В България има условия за създаване и развитие за селски туризъм, но за целта е необходимо да бъдат опознати ресурсите, гарантиращи устойчиво развитие, както и на целенасочени действия за развитие на селския туризъм:

- разнообразяване в предлагането на туристически продукти и приложение на световните стандарти;
- обучение на кадрите в сферата на туризма като цяло и на специализираните му форми;
- развитие на традиционните занаяти;
- популяризирането на по-отдалечени и изостанали райони във вътрешността на страната;
- одобряване и развитие на общата инфраструктура;
- опознаване и прилагане на опита на водещите страни в Европа в развитието на селския туризъм - Франция, Германия, Испания и Португалия.

ПРОФИЛ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ НА С. БЪЛГАРИ

Постигането на заложените в тази разработка цели изисква безпогрешно определяне на профила на потребителите на специфичния туристически продукт на с. Българи. Сегментирането на пазара ще съдейства за създаване на профила на потребителя.” [7]

По-голямата част от привържениците на селския туризъм са хора от средната и по-богатата класа, които придават голямо значение на местните ценности и културна идентичност. Те участват в дейностите, традициите и начина на живот на местните хора. Характерна черта на туристическия продукт на селския туризъм е личният контакт с посети-

телите, създаването на възможност да почувстват околната среда и душевност. Селският туризъм е една от възможностите да се излезе от урбанизацията на големия град, при което хората да напуснат индустриалната среда и да се приобщат към природата. Да поживеят в по-малки жилища и по-близо до земята, да се върнат към своите родови корени чрез наблюдение или участие в различни прояви, организирани от домакините. Това е туризъм, при който има контакт и споделяне на опит и преживяване. В резултат на местната инициатива и управление селският туризъм се основава на пейзаж и култура и затова е атрактивен за много хора, живеещи в градовете.

За хората с по-високо образователно ниво културата и възможността да се докоснат до традиционни древни ритуали като нестинарството представлява един изключително важен мотив за пътуване, отколкото при хора с по-ниско образование.

Този тип туристи имат един по-висок социално-икономически статус, високо ниво на образование, притежават повече свободно време и професията им често е от областта на културата или близка до нея. Това описание би могло да се приеме и като описание на новата средна класа. В нея могат да се разграничат и отделни фракции, които се конкурират помежду си за позиции и статут. От една страна са тези, които притежават достатъчно културен капитал. От другата страна са тези, които разполагат с ограничен икономически капитал.

Транзитните пътници, минаващи през ГКПП Малко Търново, са сегмент, който не бива да бъде подценяван като потребител на продукта на с. Българи. С изработването на подходящи рекламни материали като дипломи, флаери, каталози, представящи местните забележителности и особено нестинарството като древен и уникален за тези земи обичай, могат да се привлекат тези потенциални туристи.

В последно време набира скорост т. нар. *Spiritual tourism*. Този по-малък сегмент, който е по-специфичен, също е бъдещ таргет, тъй като нестинарството е вид ритуал от езическо време и може да бъде също от интерес за тези туристи. Засега този сегмент не е много голям в Европа, България и съседните нам дестинации, но бавно нараства.

Таблица 1
Фактори, които мотивират потребителския интерес към с. Българи:

Привличащи фактори:	Мотивиращи фактори
1. Околна среда, пейзаж, природа, природни забележителности.	1. Тиха, спокойна, отпускаща обстановка, релакс.
2. Самобитна селска обстановка.	2. Приятни преживявания, забавления, веселие.
3. Наличие на исторически, археологически, културни забележителности.	3. Близост до природата.
4. Участие във фолклорни мероприятия, запознаване с традиционни занаяти.	4. Промяна на градския начин на живот.
5. Лесна достъпност с превозно средство до туристическия обект.	5. Оpozнателен, образователен мотив.
6. Осигурен транспорт до турист. Обект.	6. Спортно-здравни мотиви.
7. Безопасност при пребиваването.	7. Потребителски мотив.
8. Възможност за участие в селскостопанска дейност.	8. Запознаване с бита на селския район.
9. Наличие на богата информация за туристическите обекти.	9. Запознаване с културата на селския район.
10. Участие в активизиращи почивката занимания : езда, лов, риболов, проходи в планината, събиране на гъби, билки.	10. Запознаване с фолклора на селския район.
11. Развита инфраструктура в региона на туристическия обект.	11. Промяна на светогледа.
12. Посещение на вечерни забавления, развлечения, атракции.	12. Отказване от консуматорския лайфстайл.
13. Качество и цена на обслужването.	13. Смяна на приоритети.
14. Гастрономия, специфична кухня, възможности за участие при приготвяне на традиционни ястия	14. Даване на равносметка, преосмисляне на важните неща в живота.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Нестинарството е обявено от ЮНЕСКО за културно наследство със световно значение през 2009 година. Уникалната традиция да се влиза бос в огъня е съхранена и до днес в странджанското с. Българи. Оттук нататък следва да се положат усилия и за спасяването на автентичността на селището, с даването на съответния статут и на единственото старо и несменило мястото си нестинарско огнище в света село Българи, в което традицията все още е жива, както е жива там и цялата система на свети места и култови обекти, очертаващи прилежащата му сакрална територия.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Алексиева 2009: Алексиева, С. Технологични иновации и туризмът в България. 2009, с. 64

2. Илиева 2011 : Pieva, K. The Role of National Cuisine in Cultural Tourism. International Scientific Conference “Cultural Corridor Sofia-Ohrid. Cultural Tourism Without Boundaries”. South-West University “Neofit Rilski” – Blagoevgrad, Bulgarian National Committee of ICOMOS, University of Economics, Varna, Faculty of Tourism and Hospitality, OHRID, UKLO, Bitola, Macedonia, 2011, p.112.

3. Караджова 2012: Караджова, Зл. Мотивация на персонала в туризма, Изд. „Божич”, Бургас, 2012, с. 11.

4. Касърва 2010: Касърва, Св., Култура и комуникация в туризма, Академично списание „Управление и образование”, кн.1, том 6, 2010, с. 288.

5. Костов 2001: Костов, Ен., Културният туризъм, София, Университетско издателство „Стопанство”, 2001, с. 15.

6. Михалева Хр., Сравнителен анализ и тенденции в развитието на потребителското поведение на българските домакинства, Бургас, Издателство „Божич“, 2013г., с. 41, ISBN 978-954-9925-87-6;

7. Михалева Хр., Маркетингово изследване на удовлетвореността на потребителя от продукта българско натурално кисело мляко, Бургас, Издателство „Божич“, 2013г., с. 46, ISBN 978-954-9925-90-6;

8. Радойнова 1999 : Радойнова, Д., Феномените на Странджа, УИ „Св. Климент Охридски“, София, 1999, с. 63.

9. Национална стратегия за устойчиво развитие на Република България, 2009 – 2013, с. 15-22.

10. Рифай, Талеб, генерален секретар на UNWTO, <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>

11. http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2015-02/bg_tourism_january_december_2014_pl_balance_january-november.pdf

12. <http://www.nestinari.eu/>

REFERENCES:

1. Aleksieva, S., Technologichni inovacii I turizmat v Bugaria, 2009, s.64.

2. Karadzhova, Zl., Motivacia na personala v turizma, Burgas, Bojich, 2012, s.11.

3. Kasarova, Sv., Kultura I komunikacij v turizma, Akademichno spisanie “Úpravlenie i obrazovanie”, kn.1, tom 6, 2010, s.288.

4. Kostov, E., Kulturniat turizam, Sofia, Universitetsko izdatelstvo “Stopanstvo”, 2001, s. 15.

5. Radojnova, D., Fenomenite na Strandzha, Universitetsko izdatelstvo “Sveti Kliment Ohridski”, Sofiq, 1999, s. 63.

6. Ilieva, K. The Role of National Cuisine in Cultural Tourism. International Scientific Conference “Cultural Corridor Sofia-Ohrid. Cultural Tourism Without Boundaries”. South-West University “Neofit Rilski” – Blagoevgrad, Bulgarian National Committee of ICOMOS, University of Economics, Varna, Faculty of Tourism and Hospitality, OHRID, UKLO, Bitola, Macedonia, 2011, p.112.

7. Mihaleva Hr., Sravnitelen analiz I tendencii v razvitieto na potrebitelskoto powedenie na bulgarskite domakinstva, Burgas, 2013, izd. Bozhich, s.41;

8. Mihaleva, Hr., Marketingovo izsledvane na udovltvorenostta na potrebitelia ot produkta balgarsko naturalno kiselo mliako, Burgas, 2013, izd. Bozhich, s.46 2013г., с. 41, ISBN 978-954-9925-87-6;

9. Natsionalna strategia za ustoychivo razvitie na Republika Bulgaria, 2009-2013, s. 15-22.

10. <http://media.unwto.org/>

11. <http://www.tourism.government.bg>

12. <http://www.nestinari.eu/>

PR-СТРАТЕГИЯ НА ФЕНОМЕНА „НЕСТИНАРСТВО”

Златина Караджова

PR-STRATEGY PHENOMENON “NESTINARSTVO”

Zlatina Karadzova

E-mail: zlatina_karadjova@abv.bg

ABSTRACT

Cultural tourism is a dynamic branch worldwide that can reveal new opportunities for Bulgaria as a tourist destination. The object of study of the present article is Bulgarian intangible cultural heritage and, in particular, the unique Bulgarian phenomenon of “Nestinarstvo” in its role as a tourist attracting factor. The aim is to build a concept of positioning this unique tradition as a must-see phenomenon that appeals to the minds of both domestic and international tourists. The interest in the topic is determined by the leading role of tourism in Bulgaria, as well as the positive trends in the development of cultural tourism.

Key words: cultural tourism, unique phenomenon, Nestinarstvo, destination Bulgaria

УВОД

Културният туризъм е част от алтернативните видове туризъм. Пред феномена културен туризъм се разкриват нови възможности както в дестинация България, така и в световен мащаб. Наблюдава се нарастващ интерес към културното наследство. Прогнозите на Световната организация по туризъм сочат, че към 2020 г. той ще бъде водещ в света.

Предмет на изследване в тази статия е уникалният за България феномен „Нестинарство”.

Обект на изследване е българското нематериално културно-историческо наследство в ролята му на привличащ туристите фактор.

Целта е да се изгради концепция, която да позиционира нестинарството като феномен, който е задължително да бъде видян и съпреживян в съзнанието на потенциалните и реални вътрешни и международни туристи.

За постигане на тази цел се решават следните основни **задачи**:

- ❖ Изяснена е в теоретически и практически план същността на културния туризъм.
- ❖ Открито е приоритетността му в развитието на нашата страна.
- ❖ Дадено е изчерпателно описание на обичая „Нестинарство”.
- ❖ Разработена е концепция за позициониране на този феномен.

Хипотезата, върху която се работи, е, че България има съществени ресурси за развитието на културен туризъм, но недостатъчна политика по отношение на бъдещата му перспектива и позиционирането му като приоритетен. Още по-малко са известни на българския и международния туристически пазар уникалните по нашите земи обичаи.

Актуалността на тематиката се предопределя от водещите позиции на туризма в България, както и положителните тенденции в развитието на културния туризъм.

Нестинарството е една от най-впечатляващите, малко познати и изумителни религиозни практики в България. Основният ритуал в него е танцуването в жарава – нещо изключително, заради което традицията на нестинарството е включена в списъка на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО. В България нестинарството е разпространено само в пет села в Странджа планина, като традицията се поддържа само в село Българи.

Анализ на конкуренцията

Основен конкурент на с. Българи като нестинарско селище е провежданият в северна Гърция фестивал – Анастения, на двадесет и първи май. Има различни възгледи за семантиката на името *αναστενάρια*, *анастения* (на гръцки) или „нестинарство“ (на бъл-

гарски). Според някои, името идва от гръцката дума „анастенагмос“ - въздишане, пъшкане, което е характерно за поведението на нестинарите по време на транс. Според други името идва от гръцкото „(х)естиа“ - огън. Възможно е да произлиза и от *ανασταίνω* (анастено) - възкръсване.[3]

В Гърция нестинарството се практикува в няколко села в Егейска Македония, населени от потомци на тракийски бежанци, като Кара кавак (Мавролевки) в Драмско, Бутково (Керкини) и Какараска (Агия Елени) в Серско, Лъгадина (Лангадас) в Солунско и Мелики в Берско.

SWOT АНАЛИЗ НА С. БЪЛГАРИ И НЕСТИНАРСТВОТО КАТО ТУРИСТИЧЕСКА АТРАКЦИЯ

Силни страни на с. Българи и нестинарството като туристическа атракция

◆ Богати и разнообразни природни, исторически и културни ресурси с европейска и световна значимост.

◆ Признание на туризма като мотор за интегрирано и устойчиво развитие.

◆ Налице е местен капацитет в сферата на селския туризъм.

◆ Напредък в изграждането на медийния образ на селския туризъм в общината.

◆ Инициатива в ръцете не само на частния бизнес, но и на държавата, в лицето на общината.

◆ Ръст в предлагането на настаняване в къщи за гости и малки семейни хотели.

◆ Традиционно българско гостоприемство, кухня и продукти с прекрасни вкусови качества.

◆ Издаване на рекламни каталози.

◆ Осъществени частични маркетингови проучвания.

◆ „Зелено“ мислене и действия в полза на околната среда на все по-широко обществено равнище.

◆ Полза за местните хора и семействата им, защото настаняването става в местни къщи и за управлението на дейността са необходими специални познания.

◆ Полза за местната общност, защото селският туризъм и по-специално нестинарството генерират приходи, изгражда се инфраструктура, подобряват се условията на живот.

◆ Отношението на местното население в района към посетителите и туристите от България и чужбина е много положително.

◆ Сравнително съхранена околна среда и запазено биоразнообразие.

◆ Намалява изтичането на капитали и способности за запазване на националните традиции и обичаи.

◆ Полза за туристите, защото, посещавайки с. Българи и запознавайки се с нестинарството, им се предоставят възможности за контакт с местните хора и запознаване с местен обичай и ваканция, съобразена с цената.

◆ Предоставя възможности за изграждане на интернационални, регионални и междуселищни връзки.

Силни страни на туризма в с. Българи и община Царево по сегменти:

Настаняване

✓ не разрушава общността;

✓ по-равномерно създаване на работни места и приходи;

✓ по-слаба конкуренция в използването на инфраструктурата;

✓ по-голяма част от приходите остават в региона;

✓ по-голяма възможност за местните предприемачи да участват в туристическия сектор.

Атракции

✓ автентичността и уникалността на региона и общността се промоцират и засилват;

✓ образователни атракции;

✓ местните хора извличат полза от атракциите, дори и туристи да не ги посещават целогодишно.

Пазар

✓ туристите не превъзхождат местните хора по численост / с изключение на дните на нестинарството – 3-4 юни и периода 20.06. – 20.08., когато е силният туристически сезон за община Царево, избягва се стресът;

✓ избягва се цикълът на приливи и отливи, което способства за установяване на равновесие;

✓ пазарът не е подложен на спадове и пикове.

Икономическа полза

✓ подпомага се икономическото разнообразие и се избягва зависимостта от един икономически сектор;

✓ отделните сектори си взаимодействат и взаимно стимулират развитието си;

- ✓ нетните приходи са относително големи и циркулират в региона;
- ✓ създават се повече работни места и се генерира икономическа активност.

Регулация

- ✓ критически решения за стратегия и развитие се вземат от цялата общност;
- ✓ планира се в съответствие с екологичния, социалния и икономическия капацитет;
- ✓ холистичният подход поставя ударение на интеграцията и просперитета на регионалните интереси;
- ✓ дългосрочният подход взема под внимание благополучието на бъдещите поколения;
- ✓ защитава се целостта на имотите;
- ✓ намалява се възможността за неотменност/необратимост.

Слаби страни на с. Българи и нестинарството като туристическа атракция

◆Липса на национална туристическа стратегия за развитието на селски туризъм. Българското правителство прие в началото на 2010 година стратегия за развитие на културния туризъм. Такава обаче все още няма за останалите алтернативни форми.

◆Недостатъчни финансови ресурси за промоция на с. Българи като единственото нестинарско селище в България.

◆Недостатъчно ангажирана към развитието на туризма централна и местна власт.

◆Липса на стратегическо мислене и визия за представяне на нестинарството на чуждестранните пазари.

◆Спорадичност в изграждането на медийния образ на община Царево в чужбина.

◆Неоткрояващо се присъствие в уеб пространството.

◆Туристически борси без ясен фокус и адресат.

◆Обща инфраструктура в много лошо състояние и недостатъчна специализирана инфраструктура, липса на разнообразни атракции.

◆Изоставане в квалификацията на кадрите в туризма.

◆Ограничено продуктово разнообразие и липса на иновативни идеи.

◆Неконтролирано сметодепониране в извънградските зони.

◆Строежи по крайбрежието и около природните паркове, заплашващи екологичното

равновесие и гибелни за пейзажа като туристически ресурс.

◆Културно-историческо наследство в лошо състояние и изоставено на произвола на съдбата; липса на оригинална интерпретация и включване в тур. продукт.

◆Влошена възрастова структура на населението в селото и поради тази причина ниска култура на обслужване и слабо владеене на чужди езици.

◆ Слаба известност и разпознаваемост на общината и селото.

◆Няма проведени актуални маркетингови изследвания за потребителското търсене и за профил на туристите.

◆Недостатъчен ресурс за обслужване в региона, липса на обучени водачи и висококвалифицирани екскурзоводи.

◆Доминиране на относително малко на брой туроператорски фирми, които предлагат предимно масов туризъм, демотивират иновациите и инвестициите за алтернативни видове туризъм;

◆Самият бранд България все още не е много известен на международния пазар - според Future Brand 2010 България е на 70-то място, Гърция е на 27-мо, а Турция на 48-мо.

Възможности на с. Българи и нестинарството като туристическа атракция

◆Подобряване на обществената и туристическата инфраструктура.

◆Фокусиране върху качеството на услугите.

◆Създаване на информираност за алтернативните форми на туризъм и повишаване на туристическата култура на българина.

◆Подобряване на условията за достъп до финансов ресурс за малкия и среден бизнес в туризма.

◆По-пълноценно използване на туристическите и антропогенни ресурси и издигане на тяхната защита в приоритет.

◆Инвестиране в трансграничните туристически продукти.

◆Изграждане на тематични маршрути в съзвучие с принципите на устойчивото развитие.

◆Въвеждане на качествено ориентирани стандарти в категоризация на къщи и стаи за гости, семейни хотели, хижи, къмпинги.

◆Разработка и лансиране на нови национални мрежи за настаняване в къщи за гости,

базирани върху визията за бутиков автентичен туризъм.

◆ Създаване на нови центрове за професионално обучение за новите професии в туризма.

◆ Модерно брандиране на България като страна и дестинация за алтернативен туризъм.

Заплахи пред с. Българи и нестинарството като туристическа атракция

◆ Неспособност на държавата да се справи с грижата за паметниците на културата.

◆ Цени и пакети, привличащи маргинални групи туристи и създаващи имидж на „евтина и некачествена дестинация“.

◆ Подбиване на цени и неадекватни оферти, съчетани с посредствено качество на услугите.

◆ Отлив на туристи в резултат на презастрояване.

◆ Обезлюдяване на селата и застаряване на населението.

◆ Изчезване на традиционни занаяти и умения.

◆ Влошаване на качеството на пейзажа.

◆ Консуматорско отношение към ресурсите в следствие на претоварването на определени територии.

◆ Хаотично планиране на туристическото развитие на регионално и национално ниво, подчинено на частни корпоративни интереси.

◆ Неработещо партньорство в средите на бизнеса, не само между неговите представители, но и между бизнеса, местната власт и нестопанския сектор.

◆ Липса на приемственост в редиците на нестинарите – ритуалът се изпълнява от хора над средна възраст.

През последните години селският туризъм се развива все по-успешно. Той има изключително голямо значение за развитието на селските райони, които нямат друга възможност. Този бизнес е предимно малък и среден и се нуждае от сериозна подкрепа по отношение на изграждането на инфраструктура, семейни хотели, атракции, опазване на паметници на културата, развиване и повишаване на професионалната квалификация на местните хора, създаващи условия за развитие на интегриран селски туризъм в община Царево.

Изводи от извършения SWOT анализ:

България е все още не добре позната като туристическа дестинация на световния туристически пазар. Едностранчивата представа за страната като дестинация летен

страната като дестинация летен морски и зимен ски-туризъм се дължи главно на неефективни като мащаб рекламни кампании, липсата на търговска марка и на национални туристически представителства в основните генериращи пазари; недостатъчната информация, която се предоставя на туристите, неkoordinираното развитие на туристическите информационни центрове и техните ограничени възможности;

Реалните и бъдещи потребители на българския селски туристически продукт нямат никаква информация за неговия потенциал.

Неконтролираното застрояване на туристическите курорти и селища, особено по Черноморието и планините, води до нарушения на природната среда – растителни и морски природни ресурси. Липсата на координация при вземането на решения и контрола по този проблем между централните, регионалните и местни държавни власти води до сериозни противоречия между икономическите и социалните фактори и опазването на природната среда и културно-историческото наследство.

Липсва необходимата социално-икономическа политика и подходящи условия за увеличаване на дела на почиващите българи в туристически обекти по територията на страната.

Често съотношението цена-качество е неприемливо.

Силно изразена е сезонността.

Съществува ясно противоречие между туристическата и инженерната инфраструктура. Националната, регионална и местна инфраструктура не отговарят на съвременните изисквания на туристите – пътна инфраструктура, водоснабдителна и канализационна система и др.

Качеството и разнообразието на предлаганите туристически продукти и услуги все още са под нивото на изискванията и стандартите на европейските държави.

Въпреки богатите географски, природни и културно-исторически ресурси на община Царево, все още не са достатъчно добре развити културният, деловият, селският, балнеоложкия, природният, религиозният, ловният, спортният, екстремният и хоби туризъмът.

Недостатъчна координация и взаимодействие между туристическите организации.

България все още не разполага с единна и адекватна база данни за туристическите ресурси на страната.

Обвързаните с ниската цена фирмена стратегия и съперничество в отрасъла формират имидж на община Царево като евтина туристическа дестинация. Подобен имидж привлича туристическо търсене от страна на туристи с нисък социален статус, ниски плателни възможности и ниска потребителска култура.

Непретенциозното туристическо търсене от страна на хора с ниски плателни възможности налага като приоритет в инвестициите увеличаване на капацитета на туристическата структура за сметка на нейното качество. Заплащането на заетите в туризма се задържа на ниско равнище, което води до „изтичане“ на квалифицирани кадри от индустрията;

Необходимостта от ефективен маркетинг и реклама на българския туризъм налага имидж на България като дестинация с разнообразен, качествен и атрактивен туристически продукт в областта на устойчивия туризъм.

ИЗГОТВЯНЕ НА ЕФИКАСНА PR-КАМПАНИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В С. БЪЛГАРИ - ЕТАПИ И ЦЕЛИ

Изготвянето на ефективна PR - кампания за развитие на туризма в с. Българи трябва да бъде съобразено с профила на целевата група, към която е насочена, защото „поведението на потребителя не е проста последователност от действия, а съвкупност от потребности, финансови възможности, мотиви, индивидуален опит.” [2]

PR кампанията може да има следната последователност:

Анализ на ситуацията: страната разполага с природни и антропогенни ресурси за развиване на селски туризъм. Развитието на пазарните отношения предопределя и създаване на редица частни туристически предприятия и обекти на територията на община Царево и най-вече с. Българи. Чрез различните форми на алтернативен туризъм и по-специално на селския е възможно да се засилят икономическите връзки между съседните общини, което ще доведе до общ стопански растеж. Следователно, необходимо е да се създаде програма, която да популяризира наличните туристически и антропогенни ресурси.

Проблемите на PR са свързани с: липса на достатъчно опит в служителите, липса на ресурси. Затова се препоръчва наемането на агенции за PR, като финансирането да се извърши по програма от фондовете на ЕС.

Планирането на кампанията е в няколко насоки: работа с медии, отпечатване на рекламни носители, създаване на билбордове и канали, участие в изложения, организиране на семинари и изложения.

Контролът върху изпълнението на програмата може да се възложи на независима експертна организация. Оценка на изпълнението може да се прави на базата на финансов анализ на реализираните приходи от селски туризъм; брой туристи, посетили обекти, тяхната възрастова и национална принадлежност, пол и предпочитания.

Постепенно комуникационната кампания следва да се пренасочва все по-активно и към:

- хора с по-високи доходи и специални интереси;
- специализирани организации/дружества по интереси;
- специализирани туроператори и туристически агенции.

PR кампанията на с. Българи за възможностите за развитие на селски туризъм следва да обхване целевите пазари:

- разширяване на позициите на съседни пазари;
- разширяване на позициите на вътрешния пазар;
- повишаване равнището на информираност за България, като акцентът се поставя върху духовното наследство.

Комуникационната кампания трябва да включва и пряка реклама на туристическия продукт на община Царево, съответно с. Българи, да се провежда целогодишно, а не в рамките на изразени периоди – „февруари – юни” и „септември – декември”, с един основен слоган, като акцентите варират в зависимост от пазарите.

Основните цели на PR-плана за изграждане на имидж на с. Българи като дестинация за селски туризъм могат да се сведат до следните:

- периодични маркетингови изследвания и анализи;
- разработване на нови пазарни сегменти;
- подготовка на средносрочни и дългосрочни стратегии и програми за развитие и маркетинг на селския туризъм;
- осъществяване на целева реклама на българския селски туристически продукт;
- мониторинг на ефективността на маркетинговите дейности;

- подкрепяне на развитието на устойчив туризъм,на неговите продукти и услуги в защитени територии;

- формиране на разпознаваем брандинг.

За да се постигнат целите на кампанията, е необходимо да се предприемат следните дейности и мерки:

Таблица 1

ЦЕЛИТЕ НА PR КАМПАНИЯТА ЗА С. БЪЛГАРИ МОГАТ ДА БЪДАТ:	ПРОМОЦИОННИ ДЕЙНОСТИ ЗА С. БЪЛГАРИ:
1.Изграждане на позитивно отношение към дестинацията сред целевите групи.	1. Разнообразяване на традиционните продукти.
2.Повишаване степента на информираност за общината като дестинация с богати възможности за лятна почивка, с древна култура, богата на исторически и архитектурни паметници, с красива и съхранена природа.	2.Участия на международни туристически изложения на основни и перспективни пазари с цел имиджово представяне на страната, общината и нейното духовно наследство.
3.Налагане на конкурентните предимства на общината и с. Българи като туристическа дестинация.	3. Организиране на 2-3 специализирани борси за културен и селски туризъм и една голяма международна борса, които могат да бъдат реализирани в сътрудничество с други околни общин
4. Изграждане на предпочитания към дестинацията и предлагания от нея разнообразен туристически продукт.	4. Осъществяване на контакти с чуждестранни туроператори и агенции за включване на с. Българи в програмите им или за разширяването им.
5.Стимулиране и мотивиране на решения за избор на с. Българи.	5. Организиране на посещения на авторитетни международни журналисти и снимачни екипи от целевите пазари за повишаване информираността за страната като атрактивна туристическа дестинация. – инфотурове на журналисти и туроператори от България и региона - Балканите и Западна Европа; фотоконкурси за популяризиране на общината и с. Българи.
6.Разширяване на групата от „постоянни” посетители, т.е. потребители, верни на туристическия продукт.	6.Повишаване информираността на посетителите към разнообразните възможности за селски туризъм – пресконференции, презентации.
7. Съвместни действия със съседните на Царево общини, приоритизиращи селски и културен туризъм.	7. Осъществяване на рекламна кампания в печатни и телевизионни медии на основни пазари за насърчаване на записванията - рекламни карета в специализирани издания, сп. „Туризм” и др.
8. Утвърждаване на с. Българи като атрактивна дестинация за културен туризъм.	8. Мащабна рекламна кампания в Интернет - банерна реклама в големи тур. портали.

Като дългосрочна цел се поставя утвърждаването на силен бранд на с. Българи като културна дестинация, с последователни, целенасочени и интегрирани действия с община Царево и с ясни послания към таргетните групи.

Инструменти на PR кампанията за

нестинарството в с. Българи

Инструменти на PR кампанията за нестинарството в с. Българи могат да бъдат:

А. Телевизия:

Посещения на телевизионни екипи с цел заснемане на тематични филми за нестинарството за туристически и културни предавания. Гарантира се достигане до широк кръг зрители в авторитетни предавания с филми, заснети от чуждестранни екипи и отразяващи техния поглед за новостите в туристическото предаване.

Б. Преса:

Могат да се организират посещения както на журналистически групи от основните пазари, така и от пазари, на които тепърва ще се навлиза. Съществена може да бъде и подкрепата за индивидуални автори, които подготвят, издават и разпространяват на съответни езици пътеводители и други информационни материали за с. Българи. В организирането на журналистическите посещения, както и досега, трябва да се търси активното финансово и организационно съдействие на туристическите организации, браншовите съюзи и туристическите фирми.

В. Агенции за връзки с обществеността:

Сътрудничество с агенции за връзки с обществеността с цел публикуване на редица статии за нестинарството и с. Българи като атрактивна туристическа дестинация в авторитетни издания и съдействие за излъчване на PR филми.

Г. Презентации и пресконференции:

Организиране на презентации, пресконференции и дни на туризма.

Цел: утвърждаване на формата на диалог с медиите и с основните туроператори.

Д. Реклама в медиите:

Печатни медии – рекламни карета (пълноцветни, размер А4) за община Царево като атрактивна туристическа дестинация и за конкретни туристически продукти – селски, култура, екотуризъм, да бъдат помествани главно в специализираните туристически издания с насоченост към туроператори и професионалисти в туристическия бранш, както и в по-масови списания, ориентирани предимно към женска публика, тъй като е доказано, че жените са тези, които вземат решение за предприемане на туристическо пътуване.

При участието в международни туристически борси трябва да се подхожда диференцирано в организирането и участието на страната в международните общи и специализирани туристически борси и панаири, в зависимост от: значимостта на проявата на най-перспективните като потенциал пазари; популярността на България като туристическа дестинация - присъствие на традиционни туроператори-партньори, постоянна клиентела и предпочитани курорти; желанието на наши туроператори да презентират качествено подобрения, разнообразен и нов продукт на страната.

Печатните рекламни материали са все още най-предпочитаното средство за информация

и реклама на туристическите дестинации и продукти. Целесъобразно е да се пристъпи към изготвянето на различни рекламно-информационни материали за нестинарството – флаери, брошури, каталози, тематични календари.

Препоръките за реализиране на PR кампании за община Царево и нестинарството в с. Българи могат да се отправят в няколко посоки:

На първо място се препоръчва задълбочена работа с медиите:

Електронни медии

Изработка на видеофилм за ресурсите на с. Българи: Телевизията се нуждае задължително от картина за своите информации. Трябва да се има предвид, че 3-5 минути телевизионно време дава много добри възможности за информиране и излагане на най-важното по определен повод. А за професионалното и точно съобщаване на една новина са достатъчни 45-60 секунди. Засега телевизията няма конкурент по популярност и влияние в обществения живот. Ето защо се препоръчва изработка на професионален видеофилм за ресурсите на общината, които да включва обширно представяне на нестинарството.

Интернет

Мащабна рекламна кампания в Интернет пространството - банерна реклама в големи туристически портали и сайтове за онлайн резервации - Booking.com, Posoka.com, www.tirs.net, реклама в специализирани чуждестранни сайтове за културен и селски туризъм, малки рекламни карета в онлайн медии и реклама в социалните мрежи – Facebook, YouTube и др.

Печатни медии

Печатните медии изискват по-задълбочен поглед към даден проблем или ситуация; в зависимост от характера на изданието могат да публикуват снимки и други илюстрации. Периодиката им е различна – от ежедневници, седмичници, месечни издания, до такива, които излизат един, три или четири пъти годишно. Съществуването на специализираните издания – тези, които отразяват събитията и проблемите в една точно определена сфера от социалния живот (икономика, образование, хранителна промишленост, текстил и мода, здравеопазване, информационни технологии и т.н.), дава възможност за концентриране вниманието на общината към представяне на ресурсите в специализирани издания.

Шансовете за публикуване на пресинформация зависят от подбора на данните, нейното подреждане и стила. За да бъдат публикувани, пресинформациите трябва да се отнасят за особени постижения, събития или новости в областта на общинските туристически ресурси.

Пресконференцията дава шанс да се установят и доизградят лични контакти с журналистите и да се създаде цялостно впечатление за страната. Организирането на една пресконференция отнема много време и изисква перфектна организация.

Основна роля в работата с медиите в страната трябва да има специалистът по връзки с обществеността, който е натоварен с тази задача. За да може да изпълнява функциите си пълноценно, той трябва да се ползва с доверието както на ръководителя на общинския екип, така и на медиите. Такъв тип служебни отношения се изграждат трудно и бавно.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Културното наследство е фундаментално за европейската интеграция и трябва да бъде покровителствано чрез поддържане на високи стандарти за обучение и придобиване на професионални умения за запазването му с оглед подобряване на благосъстоянието на хората в дестинации с влошени социално-демографски характеристики. Културният туризъм е основно средство за културен обмен между

хората и един от най-важните инструменти за межкултурен диалог. Основната цел на стратегията за културен туризъм трябва да извежда на преден план предимствата на местните общности, на техните уникални традиции, нрави и обичаи, за да се привличат туристи, за да се удължава туристическият сезон, да се обогатяват туристическите оферти и не на последно място - да се подобрява качеството и атрактивността на туристическия продукт на дестинация България.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Караджова, Зл. Управление на малкия бизнес в туризма. Бургас, Университет „Проф. д-р Асен Златаров”, 2014, с. 169.
2. Михалева Хр., Потребителско поведение. Бургас, Божич, 2013, с.16
- 3.<http://mc.government.bg/page.php?p=46&s=27&sp=32&t=33&z=35>.

REFERENCES:

1. Karadzhova, Zl., Upravlenie na malkiq turistichecki biznes. Burgas, Universitet „Prof. d-r Asen Zlatarov”, 2014, s. 169.
2. Mihaleva, Hr. Potrebitelsko povedenie. Burgas, Bozhitsh, 2013, s. 16.
- 3.<http://mc.government.bg/page.php?p=46&s=27&sp=32&t=33&z=35>.

МАРКЕТИНГ И ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМА

Светлана Кметска

MARKETING AND WEB ADVERTISING

Svetlana Kmetska

ABSTRACT

Today many organizations are facing a collapse because they don't adapt to the new conditions in the world. The flow of goods and services on the Internet is becoming a necessity for the business and advertising is an effective tool for attracting potential customers. The web gives opportunities to present advertising information in different ways. The potential of creating new and original advertisements is unlimited.

Key words: marketing, internet, social networks, online marketing, customers

ВЪВЕДЕНИЕ

Днес Интернет се е превърнал в основен канал за разпределение на стоки и услуги по цял свят. Този факт неминуемо води до множество промени в икономиката, пазарите, бизнеса, производството и най-вече в поведението на крайния потребител. „Появява се изобилие от взаимоотношения между организации и отрасли, които не са били конкуренти в близкото минало, но този момент настъпва с въвеждането на пазара на нови технологии“. [6]

Тенденциите, в последните няколко години налагат маркетинга в социалните мрежи като задължителна част от цялостните решения за успешно онлайн присъствие. Основната причина е масовата ангажираност на потенциални и настоящи клиенти с водещите социални мрежи.

МАРКЕТИНГЪТ КАТО ПОНЯТИЕ

Маркетингът като понятие и форма е многостранен. Едно определение не може да бъде в състояние да отрази многобройните аспекти на понятието. Съществуват множество определения за маркетинг.

Ако разглеждаме маркетинга като **вид човешка дейност**, определенията, отговарящи на дадените критерии, могат да бъдат:

„Маркетингът представлява изпълнението на различни предприемачески дейности,

които насочват потока от стоки и услуги от производителя до крайния или междинния купувач“ (Американска асоциация по маркетинг, 1960 г.) [1]

Двадесет години по-късно в определението вече са включени нуждите и желанията на купувачите.

„Маркетинговите дейности са тези човешки дейности, които са насочени към задоволяване както на осъзнатото, така и на латентното (скритото, неосъзнатото) търсене на стоки и услуги.“ [2]

Определението, което „бащата на маркетинга“ Филип Котлър дава, е „Маркетингът е наука и изкуство да намериш, задържиш и увеличиш броя на клиентите, от който печелиш“ [3]

Маркетинга като **управленска функция** може да дефинираме по следните начини: „Маркетингът е функция на управлението, която организира и насочва всички стопански дейности, включени в оценката и превръщането на покупателната способност на потребителя, в ефективно търсене на специфичен продукт или услуга, както и дейностите, свързани с придвижването на продукта или услугата до крайния потребител, така че да бъде постигната поставената пред фирмата цел - печалба“ [1]

ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

Дигиталната революция променя обществото и процесите в него. Променя също пове-

дението на участниците на пазара – производители, конкуренти, потребители.

Организациите се стремят да се приспособят бързо към променящата се среда. Наблягат на усъвършенстването на средствата за комуникация с потребителите.

Потребителите вече могат да видят всичко, което ги интересува, в Интернет, да прочетат мненията на други потребители, ползващи услугите, които те търсят; да поръчат продукти и услуги на най-изгодна за тях цена и при най-кратък срок на доставка.

Казано най-просто, онлайн маркетингът може да бъде дефиниран като рекламна дейност в Интернет.

Интернет средата създава възможности за по-големи по обхват маркетингови изследвания, за офертиране на потенциални и настоящи клиенти, за електронна продажба на стоки и услуги.

Традиционният маркетинг се базира на стратегии за разпространяване до голям брой потенциални потребители едновременно чрез билбордове, печатни притурки, телевизия, радио. За разлика от традиционния маркетинг, информацията, която се разпространява чрез Интернет, е многоаспектна.

Онлайн маркетингът се различава от традиционния маркетинг в много важни аспекти:

- ✓ Той е интерактивен процес.
- ✓ Потребителят е активно ангажиран в динамични дейности.
- ✓ Електронният маркетинг е част от виртуалната реалност.
- ✓ Електронният маркетинг е директен маркетинг.
- ✓ Маркетинговото проучване е подпомогано от web-технологията.
- ✓ Електронният маркетинг предлага нови форми на връзки с обществеността.

Ролята на е-маркетинг на **макро равнище** се свързва с:

- ✓ усъвършенстването на маркетинговия инструментариум, намиращ израз в е-маркетингови модели в сферата на макрорекламата и PR кампаниите;
- ✓ приложение на успешни е-бизнес практики, основаващи се на е-маркетингови концепции (продуктови, ценови, промоционални и дистрибуционни);

На равнище **микросреда** онлайн маркетингът оказва въздействие върху:

- ✓ потребителските и конкурентните профили;

- ✓ параметрите на доставчиците и посредниците;

- ✓ взаимоотношенията на фирмата с финансовите и други институции;

- ✓ продуктовите позиции на фирмата;
- ✓ трансформациите в отношенията продукт–пазар, продукт–цена,

- ✓ продукт–комуникации, продукт–дистрибуция, продукт–обслужване;

Всеки занимаващ се с маркетинг е наясно с концепцията за 4-те „P“ :

- ✓ **Product** – продукт или услуга;

- ✓ **Price** – цената (стойността) на този продукт. Цената не е задължително да бъде парична.;

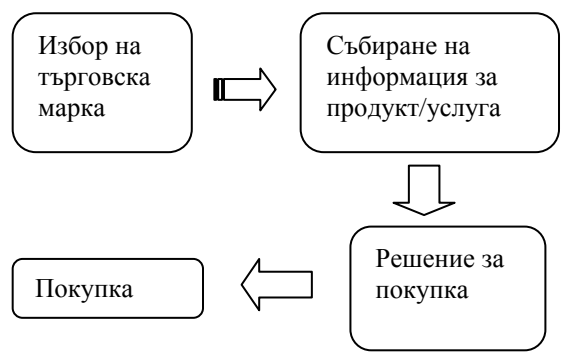
- ✓ **Promotion** – промотиране на продукта или услугата;

- ✓ **Place** – мястото и начинът, по които продуктът ще се бъде разпространяван.

Тази концепция лежи в основата на всяка маркетингова стратегия, но когато говорим за интернет маркетинг, не бива да забравяме най-важния елемент, а именно **хората**.

Хората са тези, които решават дали им харесва даден продукт/услуга. Хората решават дали им харесва цената, на която се предлага продуктът/услугата. Хората решават дали да одобрят или отхвърлят начина, по който се рекламира даденият продукт/ услуга. Именно хората решават дали мястото на закупуване е удобно за тях.

Онлайн рекламата създава нови комуникационни канали. Жизненият цикъл на рекламата онлайн може да бъде представена по следния начин:



Фиг.1 Жизнен цикъл на онлайн рекламата

1. ПРЕДИМСТВА И НЕДОСТАТЪЦИ НА ИНТЕРАКТИВНИЯ МАРКЕТИНГ

1.1. Предимствата на е-маркетинга са, както следва:

- ✓ времева и пространствена независимост и мобилност;

✓ възможности за незабавна оценка и реакция на потребителите и конкурентите, тъй като е налице точна статистика във всеки един момент от кампанията до колко души е достигнало конкретното послание, колко от тях са реагирани на него и по какъв начин;

✓ бърза актуализация както на формата, така и на съдържанието на рекламните послания и на най-новите промоционални оферти на организацията.

1.2. Недостатъци на е-маркетинга:

✓ Връзката до интернет изисква допълнителни разходи за потребителите.

✓ Липса на достатъчно квалифициран персонал, който е наясно със специфичните изисквания за онлайн маркетинг.

2.МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

Социалните мрежи заемат голяма част от времето ни. Платформи като Facebook и Twitter не са само място за забавление. Те започват да се използват за полезни неща и стават съществена част от живота ни.

„Социалните мрежи се възприемат като важна част от бизнес пейзажа. Те променят онлайн пространството от една статична уеб страница до жива, вибрираща мрежа от свързани клиенти и търговци, които споделят своите навици, живот, опит и интереси“. [4]

Такъв тип мрежи са добра възможност за отделни личности и бизнес организации, които искат да популяризират дейността си чрез фирмения си интернет сайт, да привлекат по-голям брой посетители на страниците си. Участвайки в онлайн обществото, представителите на бизнеса се опитват да изградят позитивен имидж в своята среда, защото социалните мрежи са възможност за добър интернет рейтинг. Те привличат посетители и с ограничени средства и време разпространяват информацията до възможно най-голям кръг от потребители.

Преди време, за да осъществиш връзка с потенциален клиент и да му разкажеш кой си, с какво се занимаваш, към кои клиенти си се насочил, е трябвало да се осъществи среща лице в лице. Днес благодарение на социалните мрежи това не е необходимо. Оказва се, че с минимални инвестиции, точно със средствата и инструментите, които ни предоставят интернет и социалните медии, можем да започнем и развием един успешен бизнес.

3.ПРЕДИМСТВА И НЕДОСТАТЪЦИ НА РЕКЛАМАТА В ИНТЕРНЕТ

3.1. Предимства на интерактивната реклама:

✓ Изобилие от информация. Контролът върху информацията се поставя от потребителите, а не от рекламоделите.

✓ Интернет дава възможност в един фирмен сайт да се приложат едновременно няколко вида маркетингови комуникации, а именно – реклама, онлайн магазин, брошури и каталози, мнения и препоръки и др.

✓ Лесен достъп до по-голям брой потребители и ниски разходи за разпространение на рекламна информация.

✓ Рекламните послания може да се насочат към точната аудитория за която са предназначени, може да бъдат разпространени на няколко езика, за да обхванат същия сегмент, но в няколко държави.

3.2.Недостатъци:

✓ Изключително много конкуренти, които се борят за вниманието на потребителите.

✓ Контролът върху информационното съдържание е слаб и това може да обърка потенциалните потребители

4.ФОРМИ НА РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТ

Начините да рекламираме в интернет са многобройни. Някои от тях са: собствена уеб страница, банери, pop-up карета и имейл.

✓ Собствена уеб страница – тя е неизменна част в съвременната бизнес среда. Това е „лицето“ на дадената организация. Чрез нея потребителите идентифицират продуктите/услугите на фирмата и засилват авторитета пред потребителите.

✓ Банер – представлява провъгълно рекламно каре, което може да се види в горната или долната част на уеб страницата. Когато потребителите кликнат върху него, автоматично се прехвърлят на сайта на рекламоделителя, където може да получи информация както за предлаганите продукти и услуги, така и за самата фирма.

✓ Pop-up карета – големината им е различна в зависимост от предпочитанията на рекламоделителя. Може да бъдат както статични, така и анимирани. Те прекъсват работата на потребителя в Интернет.

✓ Имейл - този начин на рекламиране се използва често от съвременните фирми, тъй като може да се изгради база от данни на все-

ки потребител и се осъществява незабавна обратна връзка. Маркетинговите мениджъри по целия свят отделят все по-големи бюджети за имейл маркетинг, тъй като това е може би най-ефективният рекламен инструмент.

5. ЕФЕКТИВНОСТ НА РЕКЛАМАТА В ИНТЕРНЕТ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

Ефективността на една реклама зависи от правилното планиране и съчетаването на възможностите, които предлагат различните рекламни форми. Създаването на рекламата е само половината от работата по конструиране на успешен сайт. Останалото е изграждане на информативна и впечатляваща част, която кара потребителите да се връщат към уеб сайта или да го препоръчват на познати.

Успешният маркетинг в социалните мрежи трябва да води до:

- ✓ по-голям трафик към уеб сайта на организацията;
- ✓ по-малко рекламации и оплаквания от клиенти;
- ✓ позитивни мнения на настоящи клиенти;
- ✓ повече „приятели“ и последователи в социалните мрежи;
- ✓ позитивен маркетинг „от уста на уста“;
- ✓ повече коментари от страна на настоящи и потенциални клиенти;
- ✓ по-добро позициониране на пазара.

„Пълното удовлетворяване нуждите на потенциалните клиенти изисква поддръжане на интереса“. [5]

Основните количествени показатели за оценка са:

- ✓ географско покритие на аудиторията;
- ✓ среден престой на човек в страницата;
- ✓ брой на посетителите на Web-страницата;
- ✓ честота на контакта: брой показвания на банера и брой кликания върху рекламния банер.

Всички тези нефинансови показатели трябва да бъдат приведени към финансови.

Ценовата ефективност на рекламата може да бъде лесно определена, като се пресметнат

разходите за едно прехвърляне на потребител към промоционалния сайт. При правилно планиране цената за едно прехвърляне не може да надвишава 10-12 стотинки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Живеем във високотехнологично време, технологиите се развиват с бързи темпове, като променят и обкръжаващата ги среда.

Бързото адаптиране на организациите към развиващата се действителност е ключов момент тяхната конкурентоспособност. „В условията на свободен пазар конкурентните предимства на предприятието „трябва добре да се познават, за да бъдат рационално използвани“. [6]

Популярността на социалните мрежи расте постоянно в Интернет пространството, създавайки подходяща среда за набиране на голям обем информация и провеждане на активна търговска и маркетингова политика от фирмите. За търговците става все по-трудно да игнорират влиянието на социалните сайтове върху цялостната им дейност. Това изисква от мениджърите да познават възможно най-добре предимствата и благоприятните условия, които онлайн социалните мрежи предоставят за развитие на бизнеса, включително и търговията.

REFERENCES

1. American Marketing Association, <https://www.ama.org/Pages/default.aspx> [available at 01.10.2015].
2. Girs, R. Marketing and Society, Holt Rinehart and Winston, Ync, N. Y., 1972.
3. Kotlar, F. Kotlar za marketinga, Klasika i stil, S, 2000.
4. Radger, L. Marketing in a Competitive Economy, London, 1968 .
5. Habarov, V. S., A. V. Barvinok, V. M. Ramzaev. Marketing i Internet. M., 2001
6. Milev, N. Ikonomika na predpriyatieto. S., Avangard Prima, 2008 .

РЕГИОНАЛНАТА КОНТЕКСТУАЛИЗАЦИЯ НА НАЦИОНАЛНАТА КУЛТУРНА ИДЕНТИЧНОСТ И ГЛОБАЛНИЯ ТУРИЗЪМ

Братой Копринаров

REGIONAL CONTEXTUALIZATION OF NATIONAL CULTURAL IDENTITY AND GLOBAL TOURISM

Bratoy Koprinarov
E-mail: bgko@abv.bg

ABSTRACT

“Identity” is a term which has taken the social and humanitarian sciences by storm, irrespective of the difficulties of its definition. The reason is in the multi-faceted nature of the content as well as its broad boundaries. For the purposes of the present study it will suffice to focus on the fundamental traits of the individual and the diversified forms of the collective identity – local, regional, and national – and to reveal their connection with the trends in global tourism.

Key words: cultural identity, global tourism

Съществуват различни аспекти, от които може да се разглежда проблемът за националната и локална идентичност. С оглед на фиксирания в заглавието на изследването проблем за релацията „национална-локална идентичност“ в контекста на глобалния туризъм, анализът на тези понятия ще бъде ограничен до причините за възникването им, начините, по които те биват формирани, както и основните структурни елементи, които участват в изграждането им, за да се очертаят тесните зависимости между тях и международния туризъм.

Теоретико-методологическите и практико-приложни изследователски основания, които мотивират настоящия анализ, са свързани с допускането, че детерминантите на локалната идентичност са адекватни и по отношение на националната идентичност, и че осветяването на приликите и разликите между двете би могло да спомогне за очертаването на спецификата им. Сравнението между двата типа колективна идентичност представлява интерес не само за да се провери тезата, че процесът на конструиране на локалната културна идентичност по същество е идентичен или близък до формирането на национална идентичност, т.е. налице е своеобразен синтез на преливане и допълване.

* * *

Многопластовата природа на понятието „идентичност“ позволява то да бъде интерпретирано разнопосочно и с голяма вариативност в гледните точки. Съвременните процеси на глобализация и мултикултурализъм провокират тенденции на още по-засилено изучаване на този феномен, тъй като интензифицирането на мобилността на индивидите, развитието на глобалния туризъм и миграционните процеси поражда дехоменизация на обществата и увеличаване на културното и етническо разнообразие в техните рамки. Логичен резултат от тези глобални тенденции, в менталния строй на индивидите и групите започва да доминира плурализъмът на идентичностите като контрапункт на капсулирането в рамките на една културна, етническа или религиозна общност.

Анализирайки етимологичните корени на понятието, ще припомним, че „идентичност“ произлиза от френското “identite”, което от своя страна е производно от латинското „identitas”, т.е. „същият“. В значението на понятието се съдържа конотация за сравнимост, тъй като то предполага някаква степен на еднаквост, сходство на индивида с други индивиди в конкретна област или относно даден възглед [1].

Когато определяме същността на понятието идентичност, заслужават специално отбелязване следните нейни характеристики:

Първо: Идентичността е себетъждественост на индивида или на някаква човешка общност (локална, национална, европейска и т.н.). Това е себетъждественост, която се запазва въпреки осъществяваните и преживявани промени.

Известният психолог Ерик Ериксън, който още от края на 30-те години на миналия век се опитва да наложи това понятие, определя човешката идентичност като „субективното чувство за единство на личността и за постоянството във времето” [2]. Идентичността означава едновременно постоянство и изменчивост, тъждество и различие, означава наличието на все същото, което обаче се променя. Както човекът, който търпи значителни изменения в биографията си, но остава все същият човек, така и културната идентичност на някаква общност (локална, национална, регионална и т.н.) остава трайна въпреки промените. Затова осмислянето на националната и регионална културна идентичност е едновременно „снимка“ на резултата, описание на културната самобитност на нацията, на локалната общност, но и исторически разказ за тях, за качествените промени, които те са претърпели в историческата си биография.

Идентичността е процес и резултат, тя е такъв цялостен придобит облик и образ на човека или на съответната общност за себе си, които въпреки промените поддържат усещане за единство и трайност на човека и на съответната човешка общност.

Тъкмо защото е едновременно дълготрайна промяна и също толкова дълготрайна устойчивост, националната културна идентичност съдържа в себе си цялата история на съответното национално „тяло“. Тя носи в себе си дори и онези части на тази история, които са забравени или е поискано да бъдат забравени. Културната идентичност е резултат от станалото в историята, а не само желаният, привлекателният, положителният остатък от тази история.

Второ: Идентичността се конституира от работата на паметта. Още на Жан-Жак Русо дължим разбирането, че без историческа памет няма идентичност, защото благодарение на паметта човекът става действително единен, тъждествен на самия себе си. Казано с неговите думи, „за да бъдеш самия себе си, е необходимо да помниш себе си в миналото”.

Това е вярно както за отделния човек, така и за човешките общности, вкл. за нациите. Няма национална идентичност без национална памет и действено историко-културно наследство. В това отношение заслужава отбелязване, че паметта като условие на националната културна идентичност не е пасивен механизъм за възпроизвеждане на миналото в настоящето. Тя играе много активна роля, в това число е способна да произвежда, ако използваме израза на литературоведа Светлозар Игов, „ретроспективни утопии”, т.е. паметта не само довежда миналото в настоящето, но изобретява някакво несъстояло се минало и забравя друга част от миналото.

Трето. Идентичността е двойно определена – обективно и субективно. Както националната, така и локалната идентичност, например, съдържа и се определя от редица обективни съставки: от обичаите на съответния народ, от неговите навици, от характера на националния език, от националния темперамент, от особеностите на ландшафта, в който е въплътена не само случайността на природната даденост, но и характера на съжителството на този народ с природата.

При анализа на националната идентичност, позовавайки се на дефиницията на А. Смит, приемаме, че тя изразява „многоизмерна конструкция, която включва специфичен език, специфични чувства и символика“ [3], т.е. акцентът се поставя върху историческата територия или отечество, общите митове и историческите спомени, общата масова публична култура, общите юридически права и задължения на всички членове, обща икономика и териториална мобилност.

Дори проявите на специфично чувство за хумор на различните народи – немски хумор, британски хумор и т.н. – са част от тази обективност на националната идентичност. Но в същото време идентичността се гради и поддържа от поредица субективни съставки и най-вече от съзнанието на съответната общност, че е не само обект, но и субект, активен деец на своята национална съдба.

Още в един смисъл идентичността има двойна природа – тя е едновременно факт и отношение. Тя е факт, доколкото в основата лежат обективни особености на националната и локална история, доколкото е резултат от „случилото” се на даден народ. Но тя е същевременно отношение, защото и конкретният индивид, и съответната локална, регионална, национална общност се изграждат

в хода на сравнения, съотнасяне, противопоставяне. Вярна е тезата на Ан-Мари Тийс, според която „няма нищо по-интернационално от националната идентичност“ [4]. И човекът, и нацията се самоосъзнават, като се отнасят към съседите, към приятелите и враговете, изобщо – чрез съпоставяне с „другите“. Очите им се отварят за собствената самобитност тогава, когато имат възможност да се сравняват с идентичността на други хора, на други народи. Идентичността става „видима“ при среща с друга идентичност. Така е, защото идентичността прилича на айсберг – видимата част е малка част от цялото, което остава скрито, непроницаемо, смътно.

Една от основополагащите разлики между двете понятия се състои в това, че при локалната културна идентичност се следва схемата „единни в сходството“ с акцент върху „специфичното местно“ (език, местен фолклор, митове, култура и т.н.), докато при националната идентичност принципът е „единни в многообразието“ - с акцент върху ролята на „другия“ при конструиране на общата идентичност.

Локалното е една от най-актуалните рефлексии на културата; рефлексия, която, от една страна, е закономерна, а от друга – парадоксална. В изследването си върху характеристиките на съвременната глобализирана култура Зигмунд Бауман очертава като вероятна тенденцията „последната четвърт от този век да остане в историята като великата война за независимост от пространствените граници ...като освободеност от териториалните ограничения, т.е. ограниченията на локалността“ [5]. В същото време авторът твърди, че границите, очертаващи националните, етническите, груповите културни различия, стоят също тъй, за да ограничават, но и за да отделят, че те символизируют диференциацията, но също и признанието на другия, различния. Впрочем Бауман прави и едно кратко дефиниране на доста обговаряната в науката представа за локалното: „Това, което наричаме „локална общност“, е породено от тази противопоставеност между „тук“ и „там“, „близо“ и „далеч“ [6].

Проблемът за локалното, за локалната култура, за локалните общности се поставя особено остро днес, в глобализирания и ужасяващо унифициран свят като един контрапункт на всеобщото оприличаване, което е всъщност и всеобщо обезличаване. Локалният

микрокосмос всъщност е форма на съществуване на различни човешки общности и територии, били те народности, национални или селищни. В своята монография „Етническият синдром“ Тодор Иванов Живков, отнасяйки тези общотеретични проблеми към чисто българската ни действителност, твърди, че „самата българска идентичност се изявява ... чрез един етнокултурен регионализъм, под който откриваме регионалното самосъзнание на рупци и шопи, на македонци и турлаци, на гребенци и балканджии и т.н . Този регионализъм се обогатява и от една селищна идентичност, както и от една локална идентичност ... и те не са етничен агрегат, а нормални варианти на българската култура ” [7]. Локалното е проява на най-същностната, най-интимна оценка за света и за себе си на една регионална общност, на един селищен колектив, то демонстрира как селищната общност възприема собствените си живи представи за свое време, свое пространство, своя история и свое функциониране, което я възпроизвежда като самата нея - такава, каквато е тя в собственото си световъзприятие и аксиология.

Изящен пример за дуализма между „локално“ и „национално“ е българският фолклор. Фолклорът като елемент на нашата културна памет се приема и се ползва като изразител на „местното“, специфичното, уникалното, въпреки че то се проектира на равнище „национално“ и „международно“. Нашата традиция и нейната ценност се препотвърждават чрез международното участие - интересът на другите към нас. Представата за фолклора като изкуство се може да се анализира и възприема на две нива; от една страна на национално, дори се доразвива до равнище „международна култура“; от друга страна, фолклорът като национална ценност все още стои в сферата на локалното, превръща се в културна политика на местно равнище. Националната територия се представя чрез свои отрязъци, с които местните изграждат по нов начин връзки.

* * *

Съвременните тенденции в развитието на туризма, превръщането му в „глобален туризъм“, детериторизацията на „глобалния турист“, „мултикултурните контакти“ са немислиими без издигането на преден план на проблемите на идентичността, на търсенето на „другостта“.

Международният туризъм има много пресечни точки с проблемите на локалната и ко-

лективната идентичност. Той е свързан както с източниците на проблематизирането на идентичността, така и с начините, чрез които се търси изход от кризата на идентичността.

Първо: Международният туризъм е едновременно фактор и проява на детрадиционализацията в глобализирания начин на живот. Но заедно с това той е стимулиращ фактор за патримониализацията на съвременния свят, т.е. за носталгията по отминалото време, за нарастващия интерес към културното наследство, към екзотичното в историята, към неповторимостта на националните култури.

Животът на значителна част от световното население минава „на колела“. Увеличаващата се свобода за избор на мястото на живеене и работа и разширяващият се обсяг на туристическите пътувания са сред основните източници за еманципиране на съвременния човек от локалните или националните традиции на страната, в която се е родил. Като се освобождава в една или друга степен от своето национално „място“, от своето национално културно наследство, съвременният човек започва да изпитва жажда по наследствата изобщо. По точното наблюдение на френския историк Ф. Артог, „разтревоженото настояще започна да търси корени и идентичност, загрижи се за памет и генеалогия“ [8]. Естествената, самоработеща национална памет започва да се замества от една волева памет, от търсене навсякъде по света на разнообразното човешко минало. Епохата, в която живеем, е белязана от истинска надпревара за придобиване и допир до културно-историческо наследство. Живеем във време, произвеждащо „тенденцията за правене на наследство от всичко“ [9].

Международният туризъм е една от най-ярките прояви на този неистов вървеж по следите на изгубената памет. Така той е едновременно фактор и проява на детрадиционализацията, но заедно с това е фактор и проява на търсенето на всякакви традиции. В този смисъл международният туризъм не само проблематизира, но и активизира културната идентичност на отделния човек и на цели народи.

Второ: Ефектът на международният туризъм върху културната идентичност зависи в голяма степен от качеството на културното посредничество на туристическия персонал. Като проследява характера на културните въздействия, оказвани от международния ту-

ризм, Марион Тийм сочи, че още от XIX век съществува ясно изразена критична оценка за влиянието на международния туризъм върху културата на посещаваните страни [10]. Тази критика се е съсредоточавала върху това, че туристът проявява повърхностно внимание и неспособност да разбира културата на посещаваната страна. Това неразбиране има двоен ефект. Единият е върху самия турист: повърхностното отношение към чуждата култура му отнема възможността да разшири собствения си културен хоризонт. Другият ефект засяга културната идентичност на посещаваната страна. Както вече беше посочено, идентичността е по-скоро отношение, отколкото самостоен, обективно дефиниран факт. Тя се изгражда и функционира чрез съотнасяне и взаимодействие на няколко образа – „образ за себе си“, „образ за другите“ и „образ на другите за тебе“. Кризата на идентичността може да бъде предизвиквана от различни причини – от недоволството от себе си или от външно непризнаване. Идентичността се изкривява, например, от интериоризирането на погрешен чужд образ, който постепенно се приема като собствена същност. Ерозиращо е действието и при раздвоението на идентичността – когато си такъв, какъвто си, и такъв, какъвто би искал да изглеждаш в чуждите очи. Това раздвоение не е рядкост и при човека, и при националната културна идентичност. Тъкмо туризмът се оказва един от най-важните фактори за такова раздвоение на посещаваната култура, която много често предпочита да се покаже преди всичко като такава, каквато биха искали да я видят туристите или както ни се струва, че те, туристите, биха предпочели да я видят.

Британският изследовател Крис Райън пише преди повече от две десетилетия: „Ако използваме думите на великия Шекспир, че целият свят е сцена и всички мъже и жени изпълняват съответни роли, тогава в края на XX век туристът ще бъде публиката“ [11]. Съвременният туризъм, иска да ни каже Крис Райън, налага на „местната“ култура да бъде не само и дори не толкова себе си, колкото да актьорства, да разиграва очаквани от публиката роли. Което може да се окаже опасно за нейната идентичност.

Един от възможните отговори на това предизвикателство може да дойде от повишаване на интеркултурната компетентност на туристическия персонал, отличното познаване на

националното културно-историческото наследство и въздействието върху туристите.

Структурирането на туризма като поле на интеркултурни взаимодействия позволява в него да се открият четири типа култури [12] – култура на емитиращата страна, култура на туристите (в която към съответната национална култура е прибавена специфичната култура на свободното време), култура на приемащата страна и култура на персонала в туристическия сектор. Всеки един от тези културни типове има своите особености и се различава от останалите типове.

Локалното продължава да бъде част от кръговете на идентичност на човешките общности в глобалния свят, макар тази идентичност да търпи множество промени. При това тези промени не са просто от традиционност към модерност, а продиктувани от цялостната метаморфоза на тези общности. Тези процеси ясно могат да бъдат проследени в съвременния туризъм, особено когато той се превърне за дадено селище и неговото население в основен икономически приоритет. Това предполага разчепкването на един проблемна възел, в който се сплитат две нишки на изследователски търсения: от една страна, разбирането за идентичността като културен знак, който маркира принадлежността към една или друга общност, към една или друга култура; от друга страна, взаимодействието между културите на местните общности и тези на туристите, което поражда практически една трета култура. Това е културна симбиоза, формирана както през дълголетното историческо съществуване и културна адаптация на различните местни общности, така и под въздействие на туристическо търсене на екзотичното, интересното, местното, специфичното, го превръща в културен знак. В същото време местните обичаи, празници, обреди, храни, развлечения са вид културна стилистика, която всяка една от човешките общности използва, за да се отграничи от останалите. За нея тези феномени се превръщат в „символен капитал на дадената човешка група“.[13]

Всъщност културните граници практически никога не са преставали да лимитират общностни нагласи, но особено ярко това става днес, когато самото туристическо търсене на екзотичното, интересното, местното, специфичното, го превръща в културен знак. В същото време местните обичаи, празници, обреди, храни, развлечения са вид културна стилистика, която всяка една от човешките общности използва, за да се отграничи от останалите. За нея тези феномени се превръщат в „символен капитал на дадената човешка група“.[14]

Съвременният междукултурен диалог е нужен повече от всякога, защото глобализацията означава интензифициране на взаимодействията между културите. Те много повече от всякога преди това влизат във всекидневен контакт помежду си. До модерната история тези контакти са били локализирани на определени територии.... Човек се изправя пред различни от него хора и пред ситуация, при която различието на другия засилва неговата собствена потребност от осъзнаване - кой е той, коя е неговата идентичност. Колкото по-интензивни са взаимодействията, толкова по-силно е търсенето на собствена културна идентичност.

* * *

Културната идентичност има релациона природа в още един аспект. Тя е израз на това как даден народ се самооценява, как подрежда мястото си, ролята си в света, в региона; с какви вярвания и митове за себе си поддържа битието си. Но заедно с това идентичността се определя и от това как външният свят гледа на този народ. Тя е поле, в което има трайна, непрекъсната игра между три различни образи - образ за себе си, образ за другите и образ на другите за тебе.

До преди няколко десетилетия това понятие не е било в научна употреба, него не го е имало нито в полето на науката, нито във всекидневния език. Първата употреба на понятието „културна идентичност“ в официални международни документи става едва на Световната конференция на ЮНЕСКО през 1982 г. В Заключителния доклад на Световната конференция на ЮНЕСКО в Мексико /1982 г./ културната идентичност се определя преди всичко като динамичен процес на развитие на едно общество при запазване на особените му отлики, позволяващи промяна без отчуждение. В този документ идентичността се третира като постоянният и индивидуален начин на човека, обществото и културата му да бъдат верни на себе си [15]. Сега честотата на използването му е невероятна - това понятие е сред най-често използваните и обсъжданите в хуманитарните и социалните науки, в публицистиката, в ежедневието. Обяснението на този необичайно бърз възход не е в това, че до 80-те години на XX век не е съществувала човешката или националната идентичност, а че в последно време тя се е превърнала в изключително сериозен хуманитарен, културен, политически проблем.

Идентичността се е превърнала в източник на големи безпокойства.

Каква е ролята на културно-историческото наследство в международния туризъм в контекста на проблематизираната идентичност? Както вече казахме, проблемът за културната идентичност, за човешката идентичност въобще, застава във фокуса на науката в първите няколко десетилетия на XX век – почти по същото време, когато започва настъплението на глобалната епоха и интензифицирането на туризма, (в т.ч. и културния туризъм) като мощен икономически и социален регулатор в съвременния свят. Това показва, че тези три феномена на модерността: културната идентичност, културно-историческото наследство и туризма са свързани и взаимозависими явления. Къде е пресечната точка на тези явления?

Международният туризъм има много общи полета с културната идентичност и културно-историческото наследство. Той е свързан както с причините за проблематизирането на идентичността, така и с начините, чрез които се търси изход от тази криза на идентичността.

а/Международният туризъм е едновременно фактор, който руши традициите в глобализирания начин на живот, но заедно с това той е стимулиращ фактор за нарастващия интерес към културното наследство, към екзотичното в историята, към неповторимостта на националните култури, за носталгия по отминалото време.

б/Международният туризъм поражда сблъсък на две основни идентичности: културната идентичност на туристите и културната идентичност на домакините в полето на културно-историческото наследство. Съвременните анализатори вече дават критична оценка за влиянието на международния туризъм върху културата на посещаваните страни. Тази критика се съсредоточава върху това, че туристът проявява повърхностно внимание и неспособност да разбира културата и културно-историческото наследство на посещаваната страна.

Това неразбиране има двоен ефект. Единият е върху самия турист: повърхностното отношение към чуждата култура и културно-историческото наследство му отнема възможността да разшири собствения си културен хоризонт. Другият ефект засяга културната идентичност на посещаваната страна. Посещаваната култура много често предпочита

да се покаже преди всичко като такава, каквато биха искали да я видят туристите или както изглежда, че те, туристите, биха предпочели да я видят.

* * *

Една от най-фундаменталните последици на глобализацията е, че **проблематизира** човешката идентичност, а заедно с това - и нейните разновидни колективни прояви /национална, регионална, цивилизационна и т.н./. Това проблематизиране е продукт на поредица от процеси. Като особено значим се откроява процесът, който се определя от известния британски мислител Антони Гидънс като „детрадиционализация“ [16] на съвременния начин на живот. На хората, попаднали в орбитата на глобализацията, им се налага често да сменят професията си, да живеят в хибридна културна среда, т. е. сред хора, дошли от различни краища на света, с различни културни привички и религиозни убеждения; да бъдат под всекидневното облъчване на медии, които отразяват събитията по света без оглед на разстоянията, интензивно да общуват с „анонимни“ хора и т.н. Така глобализацията създава едно посттрадиционно общество. Общество, в което проверените, изградените в хода на националната история ценности, норми, вярвания, морални категории вече загубват смисъла и функционирането си като традиции. Те престават да бъдат ръководните начала в живота на глобализирания човек. Този човек е вдигнал котва от миналото на своята нация и пътува както буквално, така и в преносен смисъл в морето на множество традиции от други култури. Колкото по-глобализиран е животът на един човек, толкова повече е отскубнат той от традициите на своята национална култура, толкова повече неговата идентичност добива космополитичен характер. И всичко това я прави проблематична. По този начин глобализацията предизвиква проблематичност и в националната културна идентичност.

Международният туризъм е едновременно фактор и проява на детрадиционализацията в глобализирания начин на живот. Но заедно с това той е стимулиращ фактор за патримонизацията на съвременния свят, т.е. за носталгията по отминалото време, за нарастващия интерес към културното наследство, към екзотичното в историята, към неповторимостта на националните култури.

Ако разглеждаме туристическия персонал от гледна точка на темата за националната културна идентичност, неговата главна особеност е, че той е посредник между останалите три култури. Тъкмо това му качество е като че ли най-подценяваната задача в неговата професионална подготовка. Макар че от качеството му на културен посредник ще зависи до голяма степен дали и как ще бъде експонирана националната културна идентичност. Един немско-испански изследовател по проблемите на туризма пише: „Би било огромна грешка, ако хотелиери предложат за добре дошли чаша херес на арабски туристи, настанени в испански хотел.“ Естествено, това би било трудно простима грешка. Към нея могат да бъдат добавени много други грешки, произтичащи от непознаване на националната култура на туристите и от особеностите на културата им тъкмо като туристи. Но цитираният автор пропуска едно съществено качество на туристическия персонал, без което грешката би била много по-дълбока. Става дума за качеството на културен посредник. Ако са познавали арабската култура, испанските хотелиери не биха допуснали грешката да поднесат неуместно чашата херес. Но с познаването на чуждата култура не се изчерпва ролята на туристическия персонал като интеркултурен посредник. В същата степен е нужно да познават и да умеят да представят културата на собствената си страна. Както вече казахме, културната идентичност съдържа в себе си игра на образи. Туристическият персонал в някаква степен се превръща в режисьор на този спектакъл. Според изследователите на средностатистическия профил на съвременния турист, той, туристът, желае да види свят, различен от неговия, но не толкова различен, че да бъде обезпокоителен или изискващ прекомерно много знания и усилия за възприемане на презентирания местна култура [17]

За съжаление, много често в стремежа да представим желанието от страна на туриста свят, нашият интеркултурен посредник предоставя едно въображаемо минало или настояще, ръководен единствено от стремежа за „атрактивност“ и „използваемост“, с което влиза в остро противоречие с експонирането на националната или локална културна идентичност.

ЛИТЕРАТУРА

1. Rummens, J. Canadian Identities: An Interdisciplinary Overview of Canadian Research of Identity.
2. Ериксън, Е. Идентичност: Младост и криза. София, Наука и изкуство, 1996.
3. Смит, А. Националната идентичност. С., 2000
4. Тиес, Ан-Мари. Създаването на националните идентичности. Европа XVII-XIX век. С., 2011.
5. Бауман, З. Глобализацията. Последниците за човека и обществото. С., 1999, с. 29.
6. Пак там, стр.34-35
7. Живков, Т.. Етническият синдром. С., изд. „Аля“, 1994, с.149.
8. Артог, Ф. Режими на историчност. Презентизъм и изживявания на времето. София, Нов български университет, 2007, с. 144.
9. Пак там, с. 224
10. Thiem, M., *Tourismus und kulturelle Identität: die Bedeutung des Tourismus für die Kultur touristischer Ziel- und Quellgebiete*“, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern, 1994.
11. Райън, К. Възстановителен туризъм. С., 1991, с. 9.
12. Koch, C., M. Trütsch, M. Zerboni. *Tourismus und kulturelle Identität - Diskussion über den Einfluss des Tourismus auf die kulturelle Identität der Maori. Taíno und Schweizer*, 2005.
13. Радойнова, Д. Личностната идентичност във фолклора. С., УИ „Св. Кл. Охридски“, 1995
14. Bourdieu, P. Le capital social (noten provisoires).- *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1980, p.31.
15. UNESCO. World Conference on Cultural Policies. 1982, 22
16. Giddens, A. 'Living in a post-traditional society'. In U. Beck, A. Giddens and S. Lash. *Reflexive Modernization* (pp. 56-109). Cambridge: Polity Press. Giddens and the "detraditionalization" thesis: contrasts (**Error! Hyperlink reference not valid.**)
17. Brewer, T. Preface: The Marketing of Tradition. *Perspectives on Folklore, Tourism and the Heritage*. London. 1994, 7.

REFERENCES

1. Rummens, J., *Canadian Identities: An Interdisciplinary Overview of Canadian Research of Identity*.
2. Eriksan, E., *Identichnost: Mladost i kriza*. Sofia, Nauka i izkustvo, 1996.
3. Smit, A. *Natsionalnata identichnost*. S., 2000.
4. Ties, An-Mari. *Sazdavaneto na nationalnate identichnosti. Evropa XVII-XIX vek*. S., 2011
5. Bauman, Z. *Globalizatsiyata. Posleditsite za choveka i obshtestvoto*. S., 1999, s. 2
6. *Pak tam*, s. 34-35.
7. Zhivkov, T. *Etnichniyat sindrom*. S., Izd. „Alya“, 1994, s.149.
8. Artog, F. *Rezhimi na istorichnost. Prezentizam i izzhivyavania na vremeto*. Sofia, Nov balgarski universitet, 2007, s. 144.
9. *Pak tam*, s. 224.
10. Thiem, M. *Tourismus und kulturelle Identität: die Bedeutung des Tourismus für die Kultur touristischer Ziel- und Quellgebiete*”, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern, 1994.
11. Rayan, K., *Vazstanovitelen turizam*. S., 1991, s. 9.
12. Koch, C., M. Trütsch, M. Zerboni. *Tourismus und kulturelle Identität - Diskussion über den Einfluss des Tourismus auf die kulturelle Identität der Maori*. Taíno und Schweizer, 2005.
13. Radoynova, D. *Lichnostnata identichnost vav folklorata*. S., UI „Sv. Kl. Ohridski“, 1995.
14. Bourdieu, P. *Le capital social (notes provisoires)*. - *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1980, p. 31.
15. *UNESCO. World Conference on Cultural Policies*.1982, 22
16. Giddens, A., 'Living in a post-traditional society'. In U. Beck, A. Giddens and S. Lash. *Reflexive Modernization* (pp. 56-109). Cambridge: Polity Press. Giddens and the "detraditionalization" thesis: contrasts (**Error! Hyperlink reference not valid.**)
17. Brewer, T. *Preface: The Marketing of Tradition. Perspectives on Folklore, Tourism and the Heritage*. London. 1994, 7.

ИНОВАЦИОННИ МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ ЗА ЗАДЪРЖАНЕ НА ЛОЯЛНИ КЛИЕНТИ В ТУРИЗМА

Веселина Атанасова-Георгиева

INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES TO RETAIN LOYAL CUSTOMERS IN TOURISM

Veselina Atanasova-Georgieva
E-mail: vesiatanasova1980 @abv.bg

ABSTRACT

The aim of this work is to reveal the nature of certain types of marketing strategies and their commitment to innovation processes and opportunities and the need for their application in the management of tourist enterprises. The result of their use is associated with the conversion of customers into loyal tourists and their retention in the long term.

Key words: marketing strategy, tourism, innovation, loyal customer

Въведение

Основна предпоставка, пораждаща приложението на иновационни маркетингови стратегии за задържане на лоялни клиенти са особеностите на бизнеса в новото хилядолетие: На първо място, това е клиентоориентиран бизнес, изискващ работа в логиката на потребителите. Информационните технологии и Интернет осигуряват практически неограничен достъп на потребителите до разнородна информация за туристическите продукти и услуги и възможности за формирането им при тяхното закупуване. В резултат на глобализацията и информационната революция клиентът получава реална свобода за избор и властта над пазарите постепенно преминава в ръцете на потребителите [3]. Свидетели сме на силно изразена конкурентната борба за привличане на нови пазари. В тази връзка туристическите предприятия трябва да се борят не за пасивни целеви пазари, а да прилагат стратегии за активно сътрудничество и задържане на клиентите, което е залог за техния успех.

Целта на настоящата работа е да се разкрие същността на някои видове маркетингови стратегии и тяхната обвързаност с иновационните процеси и възможности, както и необходимостта от тяхното приложение в управлението на туристическото предприятие. Резултатът от тяхното използване е свързан с

превръщането на клиентите на туристическото предприятие в лоялни и задържането им в дългосрочен период.

Влияние на иновациите при разработване на маркетингови стратегии на клиентски ориентиран подход на управление в туристическото предприятие

Една от най-силните маркетингови тенденции е преминаването от продуктово ориентиран подход на управление към клиентски ориентиран подход в повечето сектори на индустрията, респективно и в сектора на туризма. Наблюдаваната тенденция е в тясна връзка с промените, които се наблюдават в туристическия сектор: съкращаване на жизнения цикъл на продуктите и преориентиране на производството от масово към удовлетворяване на индивидуалните потребности на туристите. В резултат на това нараства ролята на нововъведенията като постоянна съставляваща на туристическото производство и необходимостта от по-тясно взаимодействие между производители и потребители. В тези условия и поради ожесточената конкуренция предприятията е необходимо да изграждат нови взаимоотношения с клиентите, насочени към повишаване на тяхната лоялност, към сътрудничество, основано на взаимодействие и индивидуални комуникации [2].

Промяната в подхода на управление пред-

ставява мощен стимул за развитие на иновационната дейност на туристическите предприятия. В съвременната туристическа индустрия иновациите се утвърждават като ключов фактор за конкурентоспособност, подпомагащ адаптирането на туристическите предприятия към промените и техния устойчив растеж [3].

В контекста на разглежданата тема ще направим опит да обвържем иновациите със стратегическия маркетинг на туристическото предприятие, както и да отразим тяхното влияние при формирането на различни видове стратегии за задържане на лоялни клиенти. Иновацията може да се разглежда като нов начин на мислене и нов начин за правене на нещо. Тя може да се отнася както за малки подобрения и изменения, така и за радикални и революционни промени в мисленето, продуктите, процесите или организациите [1].

Придържайки се към тази теза, иновацията може логически да се обвърже с маркетинговите стратегии, като резултатът е възможно да доведе до следните промени: иновационната стратегия да притежава качествено различна степен на усъвършенстване спрямо предходно прилаганите стратегии; да създава силен позитивен ефект в приложението на новото действие; чрез нея да се постига позитивен ефект с минимални разходи или най-малко съотношението позитивен ефект - разходи да бъде многократно в полза на ефекта.

Ясно обозрими са реалните ползи за туристическото предприятие в резултат от приложението на иновационни маркетингови стратегии. Иновациите, освен че предоставят възможности за позитивни промени, стимулират и стратегическото обновяване в подходите за управление. Това изисква преразглеждане на използваните маркетинговите стратегии във всяко туристическо предприятие.

Иновационни маркетингови стратегии да задържане на лоялни клиенти

Кои са лоялните клиенти и каква е ползата от тях за всеки бизнес? Най-общо, това са верни почитатели, които са готови на всичко, за да притежават това, което им се предлага. Потребителската лоялност е „сложна комбинация от осъзнатата ценност на продукта и неговите специфични свойства, предимствата спрямо конкурентите, създадените социални

взаимодействия и последвалия синергичен ефект” [5]. В маркетингов контекст лоялността се формира вследствие от взаимоотношенията между участниците в отделните предприятия и клиентите. При изследване на генезиса на взаимоотношенията се установява определена степен на ангажираност, обвързаност и доверие [6]. Комбинацията от трите елемента е основа за формиране на дългосрочно сътрудничество и лоялни отношения между двете страни на покупко-продажбата. Лоялността на клиентите в туризма може да се определи като комплекс от чувства, нагласи и емоционална привързаност, формиращи желанието у един турист да извърши поредна покупка на даден туристически продукт, услуга или марка, или да посети отново определен туристически обект, доставчик на туристически продукт или интернет сайт.

Лоялността на клиента се проявява вследствие от неговото поведение, което зависи от индивидуалните предпочитания и влиянието на факторите при вземане на решение за покупка. Четири са основните групи фактори: маркетингови стимули; въздействие на средата; личност на купувача и ситуационни фактори [4]. Установено е от реални изчисления, че лоялните клиенти носят повече приходи и печалба от всички други, следователно те могат да се определят като ключов фактор за успех в бизнеса. За привличането на нов клиент е необходимо да се инвестират първоначални средства за маркетингови кампании, свързани с промотирането на продукта. Когато клиентът стане лоялен, тези инвестиции се връщат като приходи за фирмата. В тази връзка съществуват няколко компонента: първият е базова печалба – през първоначалния период тя ще е нулева или с нисък марж, лоялният клиент ще увеличи оборота; вторият компонент е спестяване на разходи – идеята е за обслужването на лоялни клиенти да не се изразходват средства, каквито са необходими за потенциални клиенти; третият компонент е допълнителната стойност, която се получава и увеличава печалбата. Посоченото дава възможност да обосновем извода, че задържането на лоялни клиенти в дългосрочен период е най-ценното предизвикателство при клиентски ориентирания подход на управление в туристическото предприятие.

След като разкрихме особеностите и ориентацията на туристическия бизнес, влиянието на иновациите върху стратегическия маркетингов подход, определихме същността и

значението на лоялните клиенти, удачно е да посочим някои иновационни маркетингови стратегии, подпомагащи връзката предприятие – клиент за по-дългосрочен период.

Стратегия за изграждане и поддържане на индивидуализирани връзки с клиентите. Целта от използването на стратегията е да се създадат и утвърдят трайни положителни нагласи и привързаност на клиента към конкретното туристическо предприятие.

Задачата на участниците в предприятието е да отчитат всички характеристики и обстоятелства на клиента в стремежа си да трансформират всяка трансакция в продължителни взаимоотношения, изхождайки от принципа, че покупката е само един етап от комплексен и сложен процес.

Използването на съвременните информационни средства позволява сравнително точен анализ на потребностите, както и използване на индивидуално диференциран подход, спомагащи за поддържането на дългосрочни връзки с клиентите. Съвременният потребител е в непрекъснато очакване на доказателства, които да оправдаят неговата лоялност. В този контекст се изисква изграждане на интерактивни отношения за поддържане на лоялност чрез: изпращане на персонализирани съобщения; подобряване на услугите във фазите на онлайн проучването – планиране – резервация; присъствие на всеки етап от подготовката на пътуването (организиране, покупка, потребление, обратна връзка с потребителя); създаване на полезна стойност и полезност на туристическите оферти. Провокирането и задържането на интереса на клиентите може да се постигне чрез правилно идентифициране на техните потребности, желания и очаквания относно степента на полезност на туристическите услуги. При взаимоотношенията си с туристическото предприятие клиентът оценява особено високо сигурността - спазването на обещанията и отговорността - желанието за съдействие и помощ при обслужване и потребление. За изграждане и поддържане на индивидуализирани връзки с клиентите е удачно и използването на продуктова и ценова диференциация, специализирана за перспективни сегменти на конкретното туристическо предприятие. Приложението ѝ е свързано с предлагане на туристически продукти и интегриране в единна технология за персонализирано обслужване.

Стратегия за създаване на добавена стойност при всяка покупка на клиента.

Какво е стойност за клиента? Стойността за клиента се изразява в степента, в която една стока или услуга се възприема като удовлетворяваща неговите нужди, съотнесена към желанието и възможностите на клиента да плати за нея. За да се снабди с дадена стока или услуга, клиентът дава притежавани от него ресурси. С какви блага би се разделил и какви усилия би положил, за да придобие продукта, зависи от потребителската стойност на продукта, а именно съотношението между даденото и полученото в замяна. Повишаването на стойността за клиента може да се постигне чрез максимизиране разликата между дадено и получено. Как може да се подобри стойността, която предлагаме на нашите клиенти? За да може да убеди клиентите си, че наистина им предоставя по-висока стойност от конкурентите, всяко туристическо предприятие може да използва подхода за управление на стойността за клиентите, който съдържа три етапа. През първия етап се определят целевите сегменти, анализират се техните нужди и потребности, обвързват се предложените продукти с нуждите на клиентите – формира се стойност. През втория етап се търси най-ефективният начин за предоставяне на стойността – влияние оказват човешките ресурси и електронно-комуникационните технологии. Третият етап е свързан с осъществяването на комуникация за разпространяване на стойността. Подходящи са иновативни подходи, електронни дистрибуционни канали, послания, чрез които стойността да достига до клиента. Всяка туристическа фирма трябва да е наясно каква стойност предоставя на клиентите си, но е също толкова важно да се съотнесе определената стойност към тази, предлагана от конкурентите на фирмата. Само по този начин е възможно да се открие добавена стойност, която е в основата за създаване на конкурентно предимство. Добавена стойност за клиента на туристическо предприятие може да се получи чрез продажбата на продукт с потребителна стойност, която предлага по-голяма полза, отколкото той е очаквал да получи за цената, която е платил; обслужване; достъпност и всичко, което клиентът получава като допълнителна стойност, за която при покупката не е вложил определени ресурси.

Стратегия за прилагане на програми за лоялност. Целта от използването на страте-

гията е конкретната програма за лоялност да накара клиента да се чувства специален и различен, да създава повод за комуникация, да формира дългосрочни взаимоотношения и да увеличава продажбите. Чрез програмата за лоялност се изразява благодарност от фирмата за ползотворното сътрудничество.

В програмата по развитие и поддържане на клиентската лоялност е необходимо да се съдържат комбинирани предложения: специални промоционални акции, които са недостъпни за другите, привилегии, преференциални условия и обслужване. Програмата за лоялни клиенти изисква да се развива едновременно със самите клиенти. Ако потребителите не могат предварително да определят своя бонус – защо да полагат усилия за нещо с неизвестна стойност? Всяка програма за лоялност, която е конвенционална, се копира лесно от конкуренцията. Затова е необходимо при съставянето ѝ да се определят ясно правилата и за двете страни. Програмата за лоялност позволява включване на нерентабилни клиенти, което не води до конкретна полза, следователно това е недопустим вариант.

Стратегия за надхвърляне очакванията на клиента. За използването на тази стратегия първоначално се изисква да се познават очакванията на туриста, защото те са определящи за неговата удовлетвореност. Другият компонент е неговото възприятие след процеса на потребление, което формира оценката, но спрямо очакванията. Когато възприятието съвпада с очакванията, клиентът изпитва чувство на удовлетвореност съгласно „първия закон на услугите”, а именно [7]: **Удовлетвореност = възприятие – очаквания.**

Степента на удовлетвореност се повишава в резултат на по-високата оценка от клиента. Надхвърлянето на очакването на клиента може да се постигне както чрез предлагане на по-добро качество и полезност на туристическия продукт, така и чрез специално персонализирано обслужване и отношение. Можем да обвържем надхвърленото очакване с „момента на изненада”, в който се пораждат положителните емоции на клиента. Те от своя страна въздействат върху неговото преживяване, увеличават степента на предпочитание и клиентска убеденост. Съвременен подход, чрез който могат да се надхвърлят очакванията на клиента, е проактивният подход. Приложението предполага ангажираност на участниците в туристическите предприятия с действия извън техните задължения при съз-

даване и предлагане на туристическия продукт. Това включва както разграничаване на възникнали възможности, така и търсене на нови алтернативи и решения за надхвърляне на очакванията. В комбинация с иновациите, проактивният подход спомага за подобряване на цялостната дейност на туристическото предприятие и повишава нивото на удовлетвореност на клиента.

Заклучение

Създаването и задържането на лоялни клиенти за всеки един бизнес е сериозно предизвикателство. Свидетели сме на динамичен и конкурентен туристически пазар, при който лоялните клиенти са значими. Прилагането на маркетингови стратегии е подходяща възможност за тяхното задържане в дългосрочен период. Стратегическото обновяване в резултат на иновациите е задължително условие при клиентски ориентиран подход на управление на туристическото предприятие. Изисква се постоянно взаимодействие между клиента и производителя/търговеца, основано на взаимна изгода и балансирано взаимоотношение. Повишаването на степента на удовлетвореност и привързаност на клиентите, създаване на положителни нагласи и емоции, предлагане на диференцирани продукти с добавена стойност, прилагане на ефективни програми за лоялност са насочени предложения за задържане на лоялни клиенти в туристическото предприятие. Повишаването на клиентската лоялност на фирмата води до конкурентни предимства и до положителен финансов резултат в дългосрочен период.

ЛИТЕРАТУРА

1. Копринаров, Бр. Иновации и конкурентоспособност на българския туризъм в условия на икономическа криза. - *Годишник на Университет „Проф. д-р Асен Златаров”*, Бургас, 2010, т. XXXVIII (2), с. 41-48.
2. Копринаров, Бр., Р. Димитрова. Съвременни стратегии за управление на иновациите в туристическите предприятия. - Сборник с научни доклади от Международна научна конференция „Бизнесът - позитивната сила в обществото“. София, НБУ, 2013.
3. Копринаров, Бр. Пазарна конкурентоспособност и иновационни стратегии в туризма. - Сборник с научни доклади от Международна научна конференция „Интелигентна

специализация на България“, МВБУ – Ботевград, 2014, с. 765-778.

4. Дуранкев, Б. и к-в. Ключ към маркетинга. София, УИ „Стопанство“, 2011, с. 101-111.

5. Richard, O. Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer, New York: McGraw Hill, 1997, p. 302.

6. Morgan, R., S. Hunt. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, Vol. 58, July 1994, p. 32.

7. Mudie, P. and A. Pirrie, Services Marketing Management, Butterworth-Heinemann. 2006, p. 6.

REFERENCES

1. Koprinarov, Br. Inovatsii i konkurentosobnost na balgarskia turizam v uslovia na iko-

nomicheska kriza. - *Godishnik na Universitet „Prof. d-r Asen Zlatarov“*, Burgas. 2010, t. XXXVIII (2), p.41-48.

2. Koprinarov, Br., R. Dimitrova. Savremenni strategii za upravlenie na inovatsiite v turisti-cheskite predpriyatia. Sbornik s nauchni dokladi ot Mezhdunarodna nauchna konferentsia „Biznesat – pozitivnata sila v obshtestvoto“, S., NBU, 2013.

3. Koprinarov, Br. Pazarna konkurentosobnost i inovatsionni strategii v turizma. – Sbornik s nauchni dokladi ot Mezhdunarodna nauchna konferentsia „Inteligentna spetsializatsiya na Bulgaria“, MVBU – Botevgrad, 2014, s. 765-778.

4. Durankev, B. i k-v. Klyuch kam marketinga. S., UI Stopanstvo“, 2011, s. 101-111.

ДИСТРИБУЦИОННИ ПРАКТИКИ И РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРА НА ХОТЕЛИТЕ В ГРАД БУРГАС

Веселина Атанасова-Георгиева

DISTRIBUTION PRACTICES AND SOLUTIONS FOLLOWING THE EXAMPLE OF HOTELS IN BURGAS

Veselina Atanasova-Georgieva
E-mail: vesiatanasova1980 @abv.bg

ABSTRACT

The article studies users' readiness to book hotel accommodation through electronic distribution channels. The author's aim is to describe the tourists' main reasons and preferences for making such reservations by analysing the results of the research.

Key words: hotel product, reservation, electronic distribution channel

ВЪВЕДЕНИЕ

Съвременните тенденции в използването на електронните канали за резервация на хотелиерския продукт са логичен резултат от развитието на информационните технологии и все по-голямата им достъпност. Достъпността започва да измества акцента върху потребителите и ги превръща в движеща сила, защото им предоставя възможност за самостоятелен избор. Нараства делът на електронните резервации, отбелязва Haley, Mark G, спрямо тези, осъществени чрез традиционните канали. Това нарастване се постига благодарение на собствените уеб-сайтове на компаниите и е за сметка на онлайн агентите и центровете за телефонно обслужване [3]. Очакванията, които потенциалните потребители имат към услугите в резервационните сайтове, са свързани с: лекота при използване; полезност; обем на достъпната информация; сигурност на данните; бързина при оперирането; персонализация [2].

Целта на настоящата работа е да се изследва готовността на потребителите да използват електронните канали за дистрибуция при резервация на хотел. Необходимостта от това изследване е породена от няколко предпоставки: задълбочаваща се конкуренция в резултат от развитието на туристическата индустрия; промени в техническия и технологичния сектор, водещи до иновативни условия в ИКТ и обслужването; разширяването и

разнообразяването на дистрибуционните възможности в Интернет; промяна в потребителското поведение при вземане на решение за хотелска резервация.

ГОТОВНОСТ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ДА ИЗПОЛЗВАТ ЕЛЕКТРОННИ КАНАЛИ ЗА ДИСТРИБУЦИЯ ПРИ РЕЗЕРВАЦИЯ НА ХОТЕЛ

В нашето емпирично изследване е използван анкетният метод. Резултатите от анализа имат следното съдържание: На въпроса *Как е направена резервацията на потребителите в конкретния хотел*, в който те са настанени, най-голям процент е отбелязан от страна на анкетираните, които са си направили резервация директно към хотела – 72,22%. Резервиралите чрез туроператор са 16,67%, а потребители, посочили „друго”, са едва 5,56%. Същият нисък процент 5,56% са отбелязали потребителите, които са резервирали хотелиерски продукт чрез електронен канал. Този незначителен дял се дължи на недоверието и несигурността при използването на електронни канали и потвърждава тенденцията за липсата на нагласа и опит на потребителите в използването на електронни канали при планиране и подготовка на пътувания с различна цел.

Информация за нагласата от страна на потребителите да използват електронен канал за резервация се получава при отговора на въп-

въпроса „използване на възможностите на глобалната мрежа чрез електронен канал, за туристически пътувания”. Повече от три четвърти (77,78%) от анкетиранияте потребители дават положителен отговор, че в даден момент са ползвали електронните канали за резервация.

Малък е дялът на туристите, които никога не са използвали Интернет при електронна резервация – 22, 22%. Относително по-голям е дялът на ползващите мрежата за проучване на характеристиките на туристическите места и предлаганите услуги и продукти, но тенденцията за масова резервация през мрежата в страната ни все още е слабо развита. Посочените резултати разкриват наличието на определено противоречие в поведението на анкетиранияте потребители; значителна част от тях са направили конкретната си резервация директно в обекта, а от друга страна, дори с по-висок процент утвърждават, че са ползвали електронен канал в друго време и вероятно за друг обект. Независимо от наличието на тази ситуация, можем да обобщим, че въпреки съществуващите затруднения и нагласи, **потребителите предпочитат да правят хотелската си резервация чрез електронните канали за дистрибуция.**

Теоретичен и практико-приложен интерес представляват отговорите, свързани с използването на конкретен електронен канал както от гледна точка на нагласите на потребителите да използват тази възможност за резервация, така също и конкретните мотиви за това.

Анализът на отговорите на анкетиранияте потребители относно техните предпочитания при ползването на електронни канали ясно показва техните мотиви за *използване на електронни канали за резервация на хотелиерски продукт*. Най-предпочитани от туристите са уеб сайтът на хотел и резервационната система Booking.com с 51,85%, докато Expedia.com и други са с много нисък дял - 3,70%. Причините за наличието на тази едностранност могат да се обяснят с факта, че значителна част от хотелите не развиват многоканална дистрибуция. Наличието на тази диспропорция може да се търси в няколко направления, основание за които са част от отговорите на следващите въпроси в анкетата. На първо място бихме посочили непознаването на всички резервационни системи от страна на потребителите, както и по-масираното присъствие на част от тях във виртуалното пространство. Не бива да се отхвърля и вероят-

ността потребителите да показват по-голямо доверие към уеб сайта на хотела в сравнение с непо-знати за тях резервационни системи. Независимо от конкретните нагласи, анкетните резултати ясно разкриват тенденциите, че **най-често използваният електронен канал за дистрибуция е уеб сайтът на хотела.**

Логично, анализът на използването на електронните канали за резервация от страна на потребителите на хотелиерски услуги е необходимо да се обвърже с мотивите и предпочитанията им. Подобно комплексно обвързване ще позволи да се намерят допирателните точки между потребностите и очакванията на потребителите и конкретните същностни характеристики - количествени и качествени, и на електронните канали.

С най-голям процент отговорили (96 %), потребителите посочват, че причини, поради които предпочитат електронен канал, са *полесният достъп до информация и липсата на времеви и пространствени ограничения*. При изследване на въздействието на тези причини само 1% от анкетиранияте потребители изразяват степен на несъгласие относно възможностите на електронните канали да обезпечат посочените ползи за потребителите. Много нисък е и дялът на колебаещите се – 3,0% от проучените потребители. Високият процент на съгласие на анализиранияте причини показва тяхната съществена роля за влияние върху предпочитанията на потребителите.

На второ място анализът посочва висок процент на отговорилите (77,9%) с положителна нагласа относно предпочитанията им за резервация с помощта на електронните канали, изтъквайки причината, че *в електронните канали се предлагат оферти в „последната минута” на изгодни цени*. Едва 8% са изразили несъгласие с наличието на тази възможност, а 14,1% са колебаещите потребители. Според предоставените данни можем да заключим, че анализиранията причина е от водещите, които влияят върху вземането на решение за резервация по електронен канал. Мотив, оказващ също положително въздействие върху анкетиранияте потребители, е, че *чрез електронния канал се предоставя възможност за сравняване на цените* – 68% са категорични в позицията си, 10,8% се колебаят, а 21,2% не приемат подобно твърдение.

Оценката на посочените две възможни ползи за потребителите, използващи електронни канали за резервация, дава възможност да утвърдим извода, **че в условията на**

пазарна икономика факторът „цена“ е от съществено значение за потребителите.

Мотив със сравнително висок процент на съгласие от анкетираните – 42%, е разширено използване на електронните канали от страна на потребителите, насочено към *подобряване взаимодействието и обратната връзка с хотела*. Същевременно 29% се колебаят в мнението си, 26% са несъгласни, а 3% не могат да преценят, т.е. налице е своеобразен паритет в оценките за наличието на такава възможност. Анализирания данни показват, че има какво още да се подобрява между взаимодействието на хотела с потребителя за по-добра обратна връзка между тях. Все по-нисък започва да става процентът на причините с положително въздействие върху потребителя: 36,9% са съгласни, че *информацията в ел. каналите е по-актуална*, 13,1% се колебаят, а 50% изразяват негативно отношение. За причината дали *доверието в сигурността на информацията в електронния канал е по-голямо*, само средно 37% са отговорили положително, само 5% се колебаят, 0,6% нямат мнение, а 57,4% не вярват в това. Високият процент на несъгласните относно последните две причини показва значително неодобрение и липса на доверие относно информацията в електронните канали.

Със средно висок процент (40%) анкетираните отхвърлят причината, че сигурността на личните им данни е гарантирана, 28% се колебаят, а 25,5% изразяват положително мнение. Необходимостта от промени относно по-добрата защита на личните данни на потребителите при онлайн сделки е съществена и обективно обусловена.

В анкетната карта, разработена за целите на настоящото изследване, са изброени основните предпоставки *относно създадените неудобства и разочарования при използването на електронен канал за резервация*. Като цяло, резултатите са с много разнообразни процентни дялове, но най-общо резултатът показва, че между 15% и 25% от проучените потребители се колебаят относно точната преценка за неудобство и разочарование при използването на ел. канали. Само 14,3% потвърждават, че информацията в ел. канали е с прекален обем, а 64,3% не приемат това твърдение. Близко 29% са съгласни, че съществува несигурност относно актуалността, точността и пълнотата на информацията, и почти толкова отхвърлят това неудобство. Малко над 23% потвърждават

невъзможността да търсят информация по лични предпочитания и критерии, но 46,2% са несъгласни с това. На 33,3% от отзовалите се им трябва повече време за ориентация в предложенията в ел.канала, а 25% отхвърлят това. Еднакъв е процентът (23,1%) на уверените и неуверените в това, че получават най-добра цена чрез ел. канал. Също на 23,1% от туристите липсва прозрачност и яснота относно отказ от продукта. Делът на напълно удовлетворените от използването на ел. канал за резервация е сравнително висок – 44,4%, но със същия процент са и колебаещите. Общото заключение е, че посочените предпоставки в една или друга степен създават неудобство или разочарават потребителите по отношение на тяхното съобразяване при туристическо пътуване. Тази оценка се потвърждава от средно ви-сокия дял на потребителите, които отхвърлят изброените в анкетната карта предпоставки при използването на ел. канал за резервация.

Чувствително по-различни са оценките за мотивираността на потребителите по отношение на останалите формулировки, свързани с ползването на електронните канали. Ясно изразен е спадът на мотивираността на туристите, отразяващ актуалността на информацията в електронните канали. Едва 36,9% са съгласни, че *информацията в ел. канали е по-актуална*, 13,1% се колебаят, а 50% изразяват негативно отношение, т.е. налице е значително високо ниво на недоверие в електронната дистрибуция. Причините за наличието на подобно отношение са многостранни: трудно възприемане на иновативните процеси, неправилно ползване на даден електронен канал, липса на конкретна и ясно формулирана потребност и т.н. На фона на посочените резултати трябва да прибавим и относително ниската оценка на потребителите за пълнотата на информацията, която им предоставя даден електронен канал. Анализът на данните от анкетата разкриват, че над 57% не са убедени, че *сигурността на информацията в електронния канал е по-голяма*, средно 37% са отговорили положително, само 5% се колебаят, а 0,6% нямат мнение. Високият процент на несъгласните относно последните две причини показва значително неодобрение и липса на доверие относно информацията в електронните канали.

Изключително интересни са изводите, които разкриват отговорите на два въпроса от анкетата: първият, свързан със сигурността на

личните данни на туристите, и вторият, отразяващ доверието им в информацията като цяло. Едва една четвърт от анкетираните са склонни да приемат, че техните лични данни са достатъчно добре защитени, при това само 1,2% са категорично съгласни, че сигурността на личните им данни е гарантирана, докато над 41% са категорично несъгласни. Интересът към тези резултати е продиктуван от наличието на своеобразно противоречие в мотивираността на потребителите да използват електронните канали и информационните технологии като цяло. От една страна е налице значително недоверие към опазването на личните им данни и предлаганата информация, а от друга - съществува значителен интерес към тяхното използване. Тази констатация ни дава основание да направим следните изводи: Потребителите ясно разбират и възприемат положителните страни и възможности на електронните канали за резервации за попълно удовлетворяване на техните потребности, в т.ч. и информационни, но същевременно все още изпитват недоверие към способността на фирмите да гарантират сигурността на техните лични данни. Съществена причина за това недоверие е липсата на опит в ползването на тези канали, понякога дори трудното възприемане на технологичните новости и други. Преодоляването на това „противоречие“ задължително изисква съществена и обективно обусловена необходимост от промени относно по-добрата защита на личните данни на потребителите при онлайн сделки.

Пълнотата на анкетното проучване от страна на потребителите на електронните канали за резервация задължително изисква анализ и на съществуващи неудобства и разочарования, свързани с тяхното използване. Съпоставката на мотивиращите и „разочароващите“ елементи позволява да се даде ясен и категоричен отговор за нагласата на потребителите да използват електронни канали.

За целта в анкетната карта, разработена за целите на настоящото изследване, са изброени основните предпоставки *относно създадените неудобства и разочарования при използването на електронен канал за резервация*. Като цяло резултатите са с много разнообразни процентни дялове, но най-общо потребителите са основно критични и неудовлетворени от електронните канали в три насоки: яснота по отношение на анула-циите, ограничени възможности за търсене по лични предпо-

читания и необходимостта от време за ориентация в предложенията. В най-висока степен неудовлетворението на потребителите, използващи електронни канали, е свързано с *липсата на прозрачност и яснота по отношение на анулирането* на направена резервация. Над две трети (69%) от потребителите изразяват становището, че основната слабост на електронните канали е именно в това направление.

Докато 46,2% са неудовлетворени от възможността да търсят информация по лични предпочитания и критерии, то едва 23,1% потвърждават, че тези канали предоставят такава възможност. Една четвърт от анкетираните потребители посочват неудовлетвореност от затрудненото ориентиране в предлаганите предложения при използването на електронните канали, което логично води до увеличаване на необходимото време при избор на конкретен обект. Същевременно данните разкриват, че е налице пълно равновесие по отношение на тази характеристика между удовлетворени и разочаровани. Приблизително 42% от анкетираните потребители не приемат постановката, че при използването на електронните канали е необходимо повече време за ориентация в предложенията. Подобна констатация ясно кореспондира с отговорите, обвързани с обема на информацията, предоставена от електронния канал. Според данните 64,3% приемат, че тази информация не е прекалено много, докато едва 14% считат, че тя е с прекален обем.

Изключително интересна и ценна е информацията относно неудовлетвореността на потребителите по отношение на критерия *„липса на увереност, че получавам най-добра цена“*. Три четвърти - 75% от анкетираните не приемат твърдението, че е налице липса на увереност, че получават най-добра цена, т.е. те са убедени, че чрез електронните канали за резервация имат възможност да получат информация за най-добра цена. Едва 22% считат, че предлаганата цена не е най-добрата. Посоченото процентно равнище логически отразява обвързаността между удовлетвореността и разочарованието на потребителите по отношение на ценовите равнища. Анкетата ясно разкрива, че една от ползите при използване на електронните канали за резервации е възможността за сравняване на цените; вече беше посочено, че 68% са удовлетворени от тази възможност, а сега виждаме 75% убеденост, че каналът предлага „най-добрата цена“.

Съществен интерес за изследването представлява крайната оценка за удовлетвореност на реалните потребители от използването на електронен канал за резервация. Данните разкриват, че над 80% от потребителите са удовлетворени от резултата при използване на електронен канал. Крайно негативни оценки за удовлетвореност са дали едва 9,52% от потребителите. Наличието на подобна констатация ясно и категорично доказва, че **туристите са напълно удовлетворени от използването на електронните канали за резервация.** Подобна констатация не е изненадваща. Тя е производна от високата степен на задоволяване на конкретни предпочитания на потребителите от електронните канали, в т.ч. лесен достъп до информация, ограничаване разхода на време, възможност за избор на най-добра цена и други, при наличие на много ниска неудовлетвореност за същите тези позиции.

ИЗВОДИ

Анализирайки отговорите на анкетираните потребители в изследването, можем да формулираме следните обобщени изводи и препоръки по отношение използването на електронните канали за резервации:

Първо: налага се изводът, че електронните канали за резервация отговарят в значителна степен на предпочитанията на потребителите и ги правят предпочитани при своите резервации. Израз на тази констатация е високата степен на удовлетвореност от възможностите за достъп до информация, пестенето на време и финансови средства, свързани с избора на обект, възможност за сравняване на цени и постигане на най-добро ценово равнище.

Второ: Потребителите използват най-често електронни канали, на които имат доверие и ги познават по добре – уеб сайтът на хотела и резервационната система Booking.com.

Трето: Независимо от високата степен на удовлетвореност и нарастващото използване на електронните канали за резервации от страна на потребителите, налице са и редица неудобства и разочарования, свързани преди всичко с липса на прозрачност и несигурност по отношение опазването на личните им данни.

Четвърто: Преодоляването на съществуващата неудовлетвореност и разочарование на потребителите на електронните канали

изисква конкретна целенасочена дейност от страна на всички участници.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резултатите от изследването на потребителите показват, че нагласата им за използване на Интернет при организиране и провеждане на пътуване е изцяло положителна. Електронните канали за дистрибуция отговарят в значителна степен на предпочитанията на потребителите, като израз на тази констатация е високата степен на удовлетвореност от възможностите за достъп до информация, пестене на време и финансови средства, възможност за сравняване на цени и постигане на най-добро ценово равнище. Независимо от високата степен на удовлетвореност и нарастващото използване на електронните канали за дистрибуция от страна на потребителите, налице са и редица неудобства и разочарования, свързани преди всичко с липса на прозрачност и несигурност по опазване на личните им данни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атанасова, В. Повишаване ефективността на електронните канали за дистрибуция на хотелиерския продукт. Дисертационен труд за ОНС „Доктор”, (2015), ИУ – Варна.

2. Пенчева, А. Информационните и комуникационните технологии: Стимул за развитието на електронния туризъм. - Научно списание „Инфраструктура и комуникации”, УНСС – София, год.4, май 2014, кн.9, с.91.

3. Haley, Mark G., „Biz-changing TRENDS in Travel Distribution – Part 1”, Hospitality Upgrade, Spring 2008.

REFERENCES

1. Atanasova V. Povishavane effektivnostta na elektronnite kanali za distributsia na hotelierskia produkt. Disertatsionen trud za ONS “Doktor”, (2015), IU – Varna.

2. Pencheva, A. Informatsionnite i komunikatsionnite tehnologii: Stimul za razvitiето na elektronnia turizam. Nauchno spisanie «Ifra struktura i komunikatsii» UNSS – Sofia, god.4, may 2014, kn.9, s.91.

3. Haley, Mark G., „Biz-changing TRENDS in Travel Distribution – Part 1”, Hospitality Upgrade, Spring 2008

НЯКОИ СТРАНИ НА БИЗНЕС ПЛАНИРАНЕТО

Стоян Транев

SOME ASPECTS OF BUSINESS PLANNING

Stoyan Tranev
E-mail: tranev@abv.bg

ABSTRACT

An entrepreneur is characterised by their ability to discover new profit opportunities, take risks and engage in attractive business opportunities, as well as manage the implementation of various projects. The initial entrepreneurial business idea is then refined into an initial business plan. Subsequently, any occurring deviations from the expectations are established through this plan and appropriate action to remedy them is taken. External interference can possibly necessitate an update of the initially set-up business. The article attempts to offer proposals to deal with these problems of business planning.

Key words: entrepreneur, business idea, business plan

ВЪВЕДЕНИЕ

Планирането представлява избор на цели и определяне на път за достигането им. Процесът на планирането дава възможност да се огледат бъдещите бизнес действия и да се предвиди какво ще се случи. Това е подготовка чрез придобиване на повече познания за бизнеса – анализира се миналото и сегашното, за да се предвиди бъдещето. Планирането е непрекъснат процес, дава възможност да се управлява бизнесът на база фактите, осигурява непрекъсната обратна връзка и резултира във вземането на управленски решения.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Съставяне на стартов бизнес план

Предприемачът се отличава с новаторски и творчески усет към доходността от бизнеса. Притежава способности да улавя атрактивни пазарни възможности. Той е генератор на бизнес идеи. Във всяко нещо търси печалбата. Основно предизвикателство е прехвърлянето на ресурси в бизнеси с висока възвращаемост. Откриването на идея за максимална печалба дава стартов тласък на предприемаческата инициативност. Следва планиране на предприемаческите намерения - разработване на бизнес план. Той се разработва преди стартиране на дейността. „В практиката на съвременния бизнес все повече се утвърждава необходимостта от разработване на специал-

но ориентирани разчети за бъдещето развитие на конкретна стопанска дейност, обединени под общото наименование бизнес план” [9, 5]. Бизнес планът позволява в бъдеще да се установят настъпилите отклонения от предвиденото и да се предприемат съответни действия. Има опасност външни смущения да окажат неблагоприятни въздействия [12, 17-19] върху осъществяването на идеята. Такива са недостатъчност на средствата, неблагоприятни пазарни обстоятелства или собствени слабости. Чрез бизнес плана [10] се предоставя възможност за сравняване на предвидените в плана показатели с фактически получените резултати, за преосмисляне и прецизиране на идеята съобразно условията и възможностите. Освен това при разработването на началния бизнес план се описват както конкретни предвиждани действия, така и очакваните разходи, свързани с тях. Сравненията план - факт предоставят възможност да се проследи движението на паричните средства, да се прецени необходимостта от намеса и своевременна корекция. Разработването на бизнес план се явява необходимо условие за кредитиране на бизнеса [2, 8].

1.1. Банкови изисквания

Предназначението на кредита – обосноваването на бизнеса се концентрира върху доказване ефективната възвръщаемост на искания кредит; гаранции за състоятелността на кредитополучателя относно изплащането на заема и лихвата по него; наличието на обезпечение с недвижимо имущество стимулира бан-

ката да предостави кредита; процедурна регламентация за съвместните проверки относно целевото използване на кредита след получаването му. Всяка стъпка по реализацията на бизнеса [7] се аргументира с проучване, убедително формулирано решение с конкретен разчет, водещ към задоволителен резултат. Описаните действия и разходи по организацията и реализацията на производството и разходите за развитие представят качеството на стартовите конструктивни, технологични и други решения. Полученият резултат е базов за оценка на възможностите да се погасява кредитът и лихвите по него.

1.2. Структура на бизнес плана

Бизнес планът съдържа принципни положения, без излишни детайли с ясни и реалистични решения. Банкерът и инвеститорът не вярват на излишен оптимизъм, а се впечатляват от рационалното и рентабилното в идеята. Ключова е стойностната обосновка. Разработването на бизнес плана се извършва в следните раздели [2, 19]: кратко изложение, представяне на организацията, аналитична информация за пазара, организационни перспективи, финансови разчети, приложения.

Кратко изложение. Представя се в обобщен вид отрасълът, към който се отнася организацията; продуктът; характерните пазарни особености на този вид продукти; производственият и технологичният потенциал на организацията за завоюване или навлизане на определена пазарна ниша; възможностите впоследствие продуктът да се адаптират към повече пазарни ниши.

Представяне на организацията. Стопанско-правна форма, размер на регистрирания капитал, собственици и разпределение на капитала, предмет на дейност (описание на стопанската дейност, която ще се осъществява).

Аналитична информация за пазара

Текущо състояние на пазарната ниша. Представя се състоянието на пазарната ниша - поглъщаемост, ценови равнища, тенденции в измененията на цените, относителен дял на продаваните сходни стоки българско производство и внос, основни производители, присъстващи в пазарната ниша. Описват се намеренията [4, 37] за присъствие на организацията в пазарната ниша, възможностите за изграждане на бизнес контакти и за разширяване на присъствието.

SWOT анализ - представят се в паралел [3, 76-85] силните и слабите страни, респек-

тивно възможностите и заплахите за бъдещата организация.

Организационни перспективи. Предизвикателства пред организацията – пробиването и утвърждаването на продукта в определената пазарна ниша, повишаването на рентабилността на производството, създаването на възможности за нови технически и технологични решения, възможности за завоюването на лидерски позиции в пазарната ниша, възможности за разширяване на пазарната ниша, възможности за навлизане в други пазарни ниши чрез усвояването на нови продукти. Мисията е генералната цел. Изразява предназначението на организацията. По своя характер трябва да показва благородните намерения към обществото и купувачите. Спомага за създаване и развитие имиджа на организацията. Визията разкрива виждането на предприятието за начините и средствата, с които могат да се постигнат поставените цели. Завладяваща картина за развитието на организацията. Да стане лидер в областта на собственото производство, да се превърне в лидер в производството и доставката на пазара, да се разраства и завоюва нови пазарни позиции. Организационни приоритети: завладяване на пазарната ниша, постигане на обемите, заложи в производствената програма, ограничаване на разходите в рамките на бюджета, реализиране на печалба.

Цели на организацията. Основната цел - изпълнението на производствената програма за съответната година. Подцели: разработка на планирания продукт, производство и продажба на заложи брой продукти. Представяне на инструментариума за постигане на поставените цели по отношение на продукт, производство (конструктивно-технологична подготовка на производството, осигуряване, производство и реализация), дистрибуция, комуникации (популяризиране на продукта, разработване и реализация на реклама). Конкретизация на целите – текстуално описание и количествени измерители: за продукт, качество, рентабилност и др. Планът се разработва за три години. За първата година се правят точни разчети, а останалите две се прогнозира. Прогноза за технологично развитие и инвестиции: разработване и усвояване на продукта (разработване, прототипи, опитно производство, техническа документация, инструменти и приспособления); развитие на технологичната база (доставка на обо-

рудване, покупка на софтуерни продукти, ремонт, общо разходи).

Финансови разчети. Необходимите финансови средства за реализиране на плана се представят във форма на прогнозни разчети - прогнозен отчет за приходи и разходи, прогнозен баланс по основни елементи, прогнозен паричен поток. В табличен вид се извеждат решаващите финансово-икономически показатели - очакваните основни показатели от реализацията на бизнес плана като: рентабилност [11, 103-104] (на приходите от продажби, на собствения капитал, капитализация на активите), ефективност [11, 59-85] (на разходите, на приходите), ликвидност [11, 120-121] (обща, бърза и др.), обращаемост на материалните запаси [11, 116-119] (времетраене на един оборот на материалните запаси, брой на оборотите на материалните запаси, заетост на материалните запаси) и др.

Приложения. „В края на бизнес плана следва да се приложат всички документи, изисквани от заинтересованите страни (инвеститор, кредитор...). На практика приложенията могат да варират от данни за пазарни проучвания, писма за намерения, договори за реализация на продукция, оферти за оборудване, автобиографии, снимки, графики и диаграми, до документи за регистрация на бизнес организацията, учредителни договори, протоколи, сертификати от съответни ведомства и т.н.” [1, 24-25].

1.3. Зависимост между разделите

Ключов въпрос е обвързването на разделите на плана на база съчетаване ефекта от взаимодействието между тях. Закупуването на нови машини и съоръжения се предшества от обосновка за тяхната необходимост, проучване офертите на възможните доставчици, оценка на пригодността им за конкретното производство, осигуряване на необходимите средства, оферти за сключване на договор за доставка. Контролът върху преките и непреките разходи е свързан с редица решения при организацията и управлението на производството - усъвършенстване на конструкцията на продукта, подобряване разкрояването на използвания материал, ограничаване на излишните разходи, и др. Производствените решения и свързаните с тях разходи зависят от резултатите на пазарното проучване. Производството на нов продукт е свързано с проучвания, конструктивни и технологични разработки, нормиране разходите за материали и труд, изработване на пробни

образци, в редица случаи - осигуряване на допълнителни кредити, наемане на работници и т.н. В преговарянето за осигуряване на заем за финансиране на нов продукт следва да се докаже ефективността му с техникоикономически разчети, т.е. да се разполага с документация. Невземането в предвид на посочените зависимости може да провали бизнес плана или да оскъпи реализацията на идеята в покъсен етап.

2. Актуализация на стартовия бизнес план

Разделите на бизнес плана подлежат на актуализация съобразно изменилите се условия и при отчитане на взаимовръзките между тях. Актуализирането се осъществява в производствената програма на предприятието и при разработване на годишния план за производството.

2.1. Планиране на дейността

Осигуряването на максимална разлика между резултатите от производството и използваните ресурси е ключова мениджърска задача. Непрекъснатият стремеж за минимизиране на производствените разходи налага текущото и последващото им измерване, разкриването на възможности и задаването им в плана. В плана се задава редът, по който трябва да се осъществяват протичащите процеси. Дейностите се планират по тяхната последователност. Задачите се обвързват пространствено и времево. Задачите се разпределят [13, 34] по съответни работни места съобразно технологичните изисквания (последователността и режима на отделните работи). Изпълнението на всяка задача се обвързва с начален и краен срок. Планирането [6, 71] разкрива връзката производство - реализация. Производствената програма се разработва според очакваната пазарна реализация. Пласментната програма следва да отчита реалните производствените възможности. Планирането включва разработване на производствена програма и план на производствения процес.

2.2. Производствена програма

Разработването на производствената програма включва: определяне на възможностите за производство и пласмент; проектиране на продукта - определяне на функционалното му предназначение, материалите за производството му, конструкцията, дизайна, опаковката (собствена разработка или по лиценз);

съставяне на производствената програма за следващата година.

2.3. Необходимост от актуализация на стартовия бизнес план

При съставянето на производствената програма е целесъобразно да се отчетат възможни негативи като затруднения при снабдяването, несъвпадения между времето на производство и реализацията на продукцията [14, 168], похабяване на продукцията след определен престой, изменения в поведението на конкуренцията и на пазарната ситуация. Те инициират актуализацията на пазарното проучване [8, 101], търсене на нови, по-атрактивни разработки за усвояване на иновативна технология, закупуване на по-модерно и производително оборудване, качествен човешки ресурс и осигуряване на финансови средства. Извършва се оценка и актуализация [5, 46] на стартовия бизнес план и според промените в средата.

Актуализиране на производствените разходи

Процесът на актуализация изисква: прецизиране на целите и критериите за оценка на постигнатите резултати; установяване на възможни несъответствия между цели и резултати; анализ на причините за появата им; осигуряване на необходимата технология и техника и непрекъсната оценка на тяхното ниво; анализ на състава на персонала; анализ на икономическите и технико-технологичните параметри на продукцията; оценка на смущаващите въздействия на бизнес средата и отстраняването им във възможно най-висока степен; непрекъснато усъвършенстване на организацията, технологията, техниката и икономическите параметри на продукцията. Актуализирането се осъществява в производствената програма на предприятието и при разработване на годишния план за производството. Производственото планиране се извършва на база производствената програма. Обхваща производствените задачи, последователността на работа в рамките на цялостния технологичен процес и сроковете за изпълнение на задачите. Задачите на производството се определят на основата на вида и количеството на изделията, избрани от общия списък на потенциалните изделия. В процеса на планиране на производството се определят сроковете, начинът и порядъкът на работа, работните места, на които ще се реализират задачите, необходимите работници и тяхната квалификация. Планирането на производстве-

ните задачи е според възможностите на машините и съоръженията, пространственото им разположение, времетраенето на отделните технологични операции и вида на изделието. След уточняване големината на партидите се определя редът на обработката им по машини и съоръжения. Времето за обработване е сбор от времената за фактическа обработка, за спомагателни и транспортни операции и за технологични престои. Ключова задача е постигането на минимално време за обработка на партидите и максимално натоварване на мощностите. Според производствения план се извършва планирането на необходимите ресурси. Определя се видът и обемът на необходимите детайли, възли, изделия, изходните суровини и материали.

2.3. Планиране на приходите

Паричните постъпления на организацията са: постъпления, които не са приходи; общи приходи за даден период; приходи от производствената дейност. Общият приход за плановия период включва: извънредни приходи (несвързани пряко с производствената дейност), странични приходи (от допълнителни дейности) и приходи от производството.

Планирането на приходите от производство включва: цена на стока, произведена по-рано, но предвидена за продажба в разглеждания планов период; допълнителни приходи от производствената дейност – увеличаване на незавършеното производство и наличните готови изделия на склад, използване на произведена продукция за нуждите на самото предприятие; приходи от продукция, която ще бъде предоставена на клиенти в следващи периоди; приходи от произведени и предвидени за продажба в плановия период стоки. Съществено е отчитането на ценовите колебания и влиянието им върху планираните приходи от продажби. Вниманието следва да се насочи върху стоката чиято реализация не съвпада по време с нейното производство.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стартовият бизнес план осигурява цялостен поглед върху бизнеса. Помага в по-прецизното определяне на бизнес възможностите, което е предпоставка за извършване на обективна оценка на бизнес идеята. Това подобрява алтернативата да се използва като предложение за финансиране. Принципно бизнес планът е стартов инструмент за успешно управление на бизнес инициативата.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бинева, В. Разработване на бизнес план на инвестиционен проект. Бургас, Информа принт, 2013.
2. Блекуел, Е. Как да подготвим бизнес план. София, Кабри, 2008.
3. Бодурова, П. Стратегиите в управлението на фирмите. София. Ромина, 1999.
4. Велев, М., Б. Колчагова. Мениджмънт на малкия бизнес. София, 1994.
5. Дамянов, Д. Малък и среден бизнес. Организация и управление. София, Темпора, 2010.
6. Калигоров, Х., К. Каменов, Т. Халачева, М. Калигорова. Бизнес среда и малък бизнес. Свищов, Д. Ценов, 1997.
7. Каменов, Д. Бизнес планиране: наръчник на начинаещия предприемач. София, ИИОМ „ОКОМ”, 2002.
8. Каменов, К. Приспособяване към промяната. В. Търново, Абагар, 1996.
9. Коларов, Н. Инвестиционен бизнес план. София, Везни, 1992.
10. Максютков, А. Бизнес план предприятия. М., Приор, 2003.
11. Стоянов, Е. Теория на финансово-стопанския анализ. Бургас, Либра скорп, 2013.
12. Стоянов, Е. и С. Транев. Въведение в малкия бизнес. Бургас, Флат, 2014.
13. Транев, С. Записки по управление (работна тетрадка). Бургас, Флат, 2014.
14. Pickle, H. and R. Abrahamson. Small Business Management. New York, John Wiley and Sons, 1990.

REFERENCES

1. Bineva, V. Razrabotvane na biznes plan. Na investitsionen proekt. Burgas, Inforna print, 2013.
2. Blekuel, E. Kak da podgotvim biznes plan. Sofia, Kabri, 2008.
3. Bodurova, P. Strategiite v upravlenieto na firmite. Sofia, Romina, 1999.
4. Velev, M. i B. Kolchagova. Menidzhmant na malkia biznes. Sofia, 1994.
5. Damyanov, D. Malak i sreden biznes. Organizatsia i upravlenie. Sofia, Tempora, 2010.
6. Kaligorov, H., K. Kamenov, T. Halacheva i M. Kaligороva. Biznes sreda i malak biznes. Svishtov, Tsenov, 1997.
7. Kamenov, D. Biznes planirane: narachnik na nachinaeshtia predpriemach. Sofia, ИОМ „ОКОМ”, 2002.
8. Kamenov, K. Prispособyavane kam promyanata. V. Tarnovo, Abagar, 1996.
9. Kolarov, N. Investitsionen biznes plan. Sofia, Vezni, 1992.
10. Maksyutov, A. Biznes plan predpriyatia. M., Prior, 2003.
11. Stoyanov, E. Teoria na finansovo-stopanska analiz. Burgas, Libra skorp, 2013
12. Stoyanov, E. i S. Tranev. Vavedenie v malkia biznes. Burgas, Flat, 2014.
13. Tranev, S. Zapiski po upravlenie (rabotna tetradka). Burgas, Flat, 2014.
14. Pickle, H. and R. Abrahamson. Small Business Management. New York, John Wiley and Sons, 1990.

ОТНОСНО ИЗБОРА НА СТОПАНСКО-ПРАВНА ФОРМА

Стоян Транев

ON THE CHOICE OF BUSINESS AND LEGAL FORMATS

Stoyan Tranev
E-mail: tranev@abv.bg

ABSTRACT

A significant problem facing Bulgarian businessmen is the choice of an economic and legal format. The various economic and legal formats provide relevant variations to determine the initial capital, responsibilities and obligations of owners and the allocation of profits and losses. The choice largely determines the taxes and contributions that will be paid in the future, as well as other obligations and requirements which the entrepreneur will have to comply with.

Key words: *entrepreneur, choice of business, economic and legal formats*

ВЪВЕДЕНИЕ

„Икономическата дейност е постоянна част от социалния живот на всички обществени формации и трябва да се разбира като универсална част от човешкия живот” [4, 1165-1172]. След избора на идея за бизнес - какво ще прави, какъв е потенциалът за развитие [3, 156], какъв е времевият му хоризонт, необходими ли са лицензи и разрешителни, пред предприемача възниква въпросът каква стопанско-правна форма да ползва. Съществен проблем пред българския бизнесмен е изборът на стопанско-правна форма - нормативно регламентирано и необходимо условие за извършване на законен бизнес.

ИЗЛОЖЕНИЕ

При избор на стопанско-правна форма предприемачът следва да реши дали сам ще започва бизнес или в съдружие с други лица (членове на семейството, близки, приятели, други). В случай, че реши да привлече други хора в бизнеса, възниква въпросът как ще си поделят отговорностите и съответно печалбата. Уреждането на тези взаимоотношения става според предлаганите възможности от българското законодателство. Различните стопанско-правни форми предоставят съответна вариативност за определяне на началния капитал, отговорностите и задълженията на собствениците, както и разпределението на

печалбите и загубите. Изборът до голяма степен предопределя данъците и осигуровките, които ще се плащат в бъдеще, както и други задължения и изисквания, с които предприемачът ще трябва да се съобразява. При събирането на информация, освен разговорите с приятели и четенето в интернет, добре е предприемачът да се консултира със специалисти – адвокат, счетоводител, хора от бизнеса и други. Един от критериите за избор е степента на приложимост на всяка стопанско-правна форма в малкия бизнес [1, 63-64]. Въпреки че гражданските дружества (ДЗЗД), кооперациите, командитните, и събирателните дружества са възможна стопанско-правна форма за малкия бизнес, техният процент на използване от българските бизнесмени е минимален. Аргументите, идващи от нашата практика за всяка от тези стопанско-правни форми, са следните:

Вариант за дребен бизнес без възможност за голямо разрастване е ДЗЗД, или така нареченото гражданско дружество. През последните години то загуби своята популярност, но и в момента е най-евтин и бърз вариант за регистрация на малък бизнес. Тази форма позволява сдружаването на двама и повече човека. От гледна точка на данъчното му облагане то се приравнява на юридическо лице. Данъкът се определя на базата на финансовия резултат и е десет процента. От приравняването му с юридическите лица следва и благоприятният момент при осигуряването на данъците и осигуровките, които ще се плащат в бъдеще, както и други задължения и изисквания, с които предприемачът ще трябва да се съобразява.

гуряването на съдружниците, респективно управителите. По силата на дружествения договор съдружниците могат да бъдат и управители и на тази база да се осигуряват като самоосигуряващи се лица върху минималния осигурителен доход на самоосигуряващите се лица, като тази осигуровка не се променя независимо от печалбата на дружеството. Като сериозен недостатък може да се посочи че въпросното дружество не е регистрирано по търговски закон. От това следва, че то не може да се преобразува в друго дружество, не могат да му се извадят лицензи за дейности, където в специалните закони е указано, че могат да се извършват от дружества, регистрирани по търговския закон. Също така при избора му трябва да се има предвид, че много банки не отпускат кредити на ДЗЗД-та, което при необходимост от развитие е сериозна спънка. ДЗЗД-та се използват за фризьорски салони, малки автосервиси и магазинчета за дрехи.

Недостатъците на кооперациите най – често се търсят в трудностите по организирането и установяването им. По-конкретно, те се изразяват в следните проблеми: голямата част от членовете са заинтересовани единствено от краткосрочните резултати и от ежегодния размер на средствата за икономическа реализация на собствеността чрез рента и/или дивиденди; от дългосрочно перспективно развитие на кооперациите са заинтересовани преди всичко работещите в тях; другият проблем произтича от изборността на мениджърите - мениджъри, които се избират от кооператорите, за да поддържат висок рейтинг, са принудени да вземат решения, които са в интерес на мнозинството, а не според изискванията за икономическа целесъобразност. Бавността на колективния вот намалява гъвкавостта и бързата реакция на пазарната конюнктура. Кооперациите са организации на дребни собственици, в които контролът върху упражняването на собствеността не се осъществява пропорционално на внесения капитал, а според организационната принадлежност. Множеството кооперации от началото на прехода бяха или преобразувани или прекратени поради сериозни провали.

Представените недостатъци на кооперативната форма са основна причина за загуба на предприемаческия интерес към нея.

Командитните дружества са единици в българската бизнес практика и това е естествено. Наличието при тях на съдружник с неограничена отговорност не е „компенсирано“ с никакви благоприятни данъчни/ фискални, административни или каквито и да било други предимства.

Основните недостатъци на СД са свързани с участието на много хора с равни правомощия в управлението на фирмата. Възможната дисхармония в интересите може да породи несъгласуваност в действията и разногласия в политиката на фирмата. Поради силната лична и финансова взаимственоост на съдружниците, действието или бездействието на един от тях може да погуби не само капиталите, но и личните имуществата на всички останали - съдружниците отговарят за задълженията на дружеството с цялото си имущество, т.е. при иск срещу дружеството ищецът може да отправи претенциите си и срещу един или повече от съдружниците. Необходимост на пълно мнозинство при вземането на решения по определен кръг от въпроси. В българската стопанска практика СД е ползвано предимно за семеен бизнес.

Понастоящем най-популярните [2] стопанско-правни форми за малък бизнес са едноличният търговец и дружествата с ограничена отговорност. В таблица № 1 са представени основните различия между тях. Ползваните критерии са брой собственици, капитал, отговорност, данъчно облагане, социално осигуряване, разходи за регистрация, време за заличаване и възможност за преобразуване. От таблицата ясно се открояват предимствата и недостатъците на включените в нея стопанско-правни форми. В последното им разглеждане се прави сравнителен анализ между правните субекти, като идеята е да се открият изгодите от съответната правна форма. За едноличния търговец не се изисква първоначален капитал при започването на дейността. Най-малко са формалностите при регистрация и размера на таксите е минимален.

Таблица 1. Основни различия между ЕТ, ЕООД, ООД

Критерии / Правни форми	ЕТ	ЕООД	ООД
Собственици/учредители	1 физическо лице	1 физическо или юридическо лице	2 или повече физически/ юридически лица
Капитал	НЕ	2 лева	2 лева
Отговорност на учредителите	Неограничена имуществена отговорност на физическото лице	Ограничена отговорност до размера на капитала	Ограничена отговорност до размера на капитала
Плосък данък	15 %	10%	10%
Патентен данък	ДА	НЕ	НЕ
Данък дивидент	НЕ	5 %	5%
Осигуровки - минимален праг	Довнасят се осигуровки на края на отчетната година на база брутна печалба!	Не се изравняват осигуровки!	Не се изравняват осигуровки!
Всички разходи по регистрация	Около 150 лв.	Около 300 лв.	Около 300 лв.
Заличаване	1 месец	6 месеца - задължителна процедура по ликвидация	6 месеца - задължителна процедура по ликвидация
Преобразуване	ЕТ в ЕООД или ООД - няма такава процедура!	ЕООД в ООД - прехвърляне на дялове, прехвърляне на предприятие	ООД в ЕООД - прехвърляне на дялове, прехвърляне на предприятие

ЕТ се заличава много по-бързо и лесно в сравнение с останалите правни форми. Едноличните търговци могат да водят едностранно или двустранно счетоводно записване, което зависи от направения оборот през предишния отчетен период. Също така при годишното приключване не е задължително съставянето на годишен финансов отчет, а само отчет за приходите и разходите. Разходите за счетоводни услуги при ЕТ са по-малки от тези за ООД или ЕООД. Собственикът на ЕТ отговаря с цялото си лично имущество за задълженията на фирмата, т.е. задълженията на ЕТ се покриват освен от собствеността и активите на фирмата, регистрирана като ЕТ, и от лично имущество на физическото лице, собственик на ЕТ. При ЕТ е изключително неизгодно осигурителното бреме и данъчното облагане. Осигуровки се внасят върху реалния доход /печалба/ на фирмата, но не повече от 2000 лева месечно. По закона за бюджета на Държавното обществено осигуряване е определен минимален

размер на осигурителния доход. ЕТ внася осигуровки върху него, както и собствениците на другите видове правни форми, но тук идва и разликата. Понеже ЕТ и физическото лице собственик са едно и също лице и съответно доходите на ЕТ са доходи на физическото лице, то дължи осигуровки върху цялата печалба на фирмата до 2000 лева месечно. Или с други думи, през годината се внасят месечни осигуровки върху минималния осигурителен доход, а на края на всяка календарна година собственикът на ЕТ изравнява и донася осигуровки, тоест плаща освен данък и осигурителни вноски върху цялата реализирана брутна печалба на ЕТ. Това е доста неизгодно в случаите, когато предприемачът е планирал по-голяма годишна печалба от 5500 лева. Данъчното облагане на ЕТ е със сравнително висока тежест за предприемача. Понастоящем облагането на доходите на физическите лица, включително от дейност като едноличен търговец, се урежда със Закона за данъците върху доходи-

те на физическите лица /ЗДДФЛ/. Данъчно задължено лице е физическо лице, собственик на предприятието на едноличния търговец. Едноличният търговец в качеството му на стопански субект формира облагаемия си доход по реда на Закона за корпоративното подоходно облагане /ЗКПО/ и дължи някои данъци, регламентирани с текстовете на този закон. Повечето ЕТ се облагат с патентен данък по реда на ЗМДТ и условията, визирани в него, чийто размер се определя в зависимост от вида на извършваната дейност, а не според печалбата. Така че дори предприемачът да е на загуба от една дейност, то трябва да си плати патентния данък. Патентните данъци се определят от общинските съвети по местоизвършване на дейността. ЕТ се облага с патентен данък само ако има оборот през предходната година не повече от 50 000 лв. и не е регистриран по ДДС. Плоският данък, с който се облага печалбата на ЕТ, ако дейността не подлежи на облагане с патентен данък, е петнайсет процента, което е доста неизгодно. Освен патента едноличният търговец подлежи и на годишен данък върху доходите на физическите лица. Облагаемата печалба на ЕТ се отбелязва чрез подаване на Годишна данъчна декларация. Материално отговорното лице (МОЛ) и собственикът на фирмата съвпадат, тъй като неговата отговорност е неограничена и собственикът отговаря с цялото си имущество за изпълнение на задълженията. Дружества с ограничена отговорност - това е типът дружество, който е най-масово използван при регистрация на фирми през последните няколко години. Дължи се на олекотената процедура по отношение на изискуемия капитал за неговото основаване, който бе намален драстично с цел стимулиране на частните бизнес инициативи. Дружествата с ограничена отговорност могат да бъдат два подвида. Това зависи от броя на собствениците им. Така например при наличието само на един-единствен собственик говорим за ЕООД, т.е. еднолично дружество с ограничена отговорност. В случаите, когато собствениците са повече, се регистрира ООД. Едноличното дружество с ограничена отговорност е вид търговско дружество за извършване на търговски сделки, при което собственикът на капитала носи риска за дейността на дружеството до размера на вноската си в капитала. Предпочитанията към ЕООД обикновено е именно ограничената отговорност. Това обаче се отнася само за

дружеството само за себе си. В много случаи едноличните търговци регистрират ЕООД, за да не са неограничено отговорни. Но това не е така, ако те са управители на ЕООД-то. Не само в тези случаи, но и в болшинството от други подобни, собствениците/съдружниците на ООД са и техни управители. А ръководните органи на дружествата отговарят съгласно чл. 14 и чл. 19 от Данъчния процесуален кодекс неограничено при наличието едновременно на неизплатени фискални задължения и извършени отчуждителни сделки, водещи до намаляване имуществото на дружеството. В случаите на кредитори по търговски сделки подобна отговорност също може да се конструира най-вече със способите на така наречения Павлов иск (Длъжникът действа във вина на своите кредитори – начинът, по който кредиторите мога да се защитят в такава ситуация, е Павловият иск (отменителен иск, Actio pauliana). Правото по чл.135 от ЗЗД е преобразуващо, което се упражнява по съдебен ред, то е вид обезпечение. Искът по чл. 135 е конститутивен.). Ето защо изборът на дружествена форма за осъществяване на бизнес следва да се съобрази едновременно с различни фактори. Капиталът на ЕООД не може да бъде по-малък от два лева. Тук се откроява капиталовата разлика – ЕООД-то оперира с капитал, а ЕТ - с лични средства. Последствията от регистрация на ЕООД с капитал от два лева са, че след като се регистрира в Търговския регистър към Агенцията по вписванията, в банковата сметка ще има само два лева, които предприемачът може да ползва от името на неговата фирма и това е проблем, защото няма да има необходимите средства за бизнес. Преди да се пристъпи към регистрация на ЕООД, е препоръчително сумата от разходите по учредяването, започването и поддържането на бизнеса преди момента, когато приходите ще надвишават разходите, да е най-малкото равна на регистрирания капитал. По отношение осигуряването на собственика на ЕООД: управителят и собственик на ЕООД се осигурява върху избран месечен осигурителен доход и/или по договор за управление според Кодекса за социално осигуряване (КСО). Осигурителни вноски в България се дължат върху положен труд, независимо дали има получено възнаграждение, или не. В случай, че едноличният собственик има договор за управление на дружеството си (а такъв се изисква по смисъла на ТЗ) с

посочено възнаграждение и едновременно с това сам работи в дружеството си с личен труд, то НАП може да предяви претенции, че следва да плаща осигуровки и на двете основания, независимо дали имате приходи, или не. Начисляват се и се внасят осигуровки и данък за лицата наети на трудови или граждански договори в ООД/ЕООД. Данъчното облагане на ЕООД (ООД) - двойно облагане на плоскостта ООД и съдружници - 10% корпоративен данък и 5% данък върху дивидентите. При превишаване на границата от 50 000 лева приходи за период от дванайсет месеца ЕООД-то подлежи на регистрация по ДДС. Корпоративен данък печалба - 10 %. Данъчната основа за облагане с корпоративен данък е данъчната печалба. Ако фирмата е на загуба, не се начислява данък печалба. Данъчният период за определяне на корпоративния данък е календарната година. За новоучредени дружества с ограничена отговорност данъчният период обхваща периода от датата на учредяването им до края на годината. За невнесените в срок дължими данъци, включително за авансовите вноски, се дължат лихви съгласно Закона за лихвите върху данъци, такси и други подобни държавни вземания. Данък дивидент - 5 %. Дивидентът представлява разпределение на печалбата на едно предприятие между неговите собственици. Данък върху представителните разходи - 10 %. Облагат се така наречените представителни разходи - представени фактури за обяд, вечеря и други. Данъкът върху представителните разходи се внася до четирнайсетото число на месеца, следващ месеца, в който е начислен разходът. За невнесен в срок дължим данък се дължат лихви съгласно Закона за лихвите върху данъци, такси и други подобни държавни вземания. (вж. Закон за корпоративно подоходно облагане). Данък върху добавената стойност (ДДС) - 20 %, при извършване на ДДС регистрация, като тя може да бъде доброволна или задължителна (при достигане на оборот от 50 000 лева за изминалите 12 месеца) - кои сделки не се облагат с ДДС - вж. Закон за данък върху добавената стойност. Данъкът върху добавената стойност се внася до 14-то число на месеца, следващ месеца, за които се изготвя данъчната декларация. Заличаване на ООД (ЕООД) - задължителна процедура по ликвидация 6 месеца, за разлика от ЕТ - 1 месец. При ООД и ЕООД е задължително двойното счетоводно записване, а в края на годината

задължително се съставя годишен финансов отчет с всичките му приложения, съгласно Националните счетоводни стандарти. От търговско-правна гледна точка, основна характеристика на ООД/ЕООД е неговият засилен персонален характер. С други думи, личностите на съдружниците. Всички съдружници се вписват в търговския регистър. По този начин положението на свързани лица между тях и дружеството е твърдо институционализирано и неотменно. А от това автоматично следва несвобода за ценовите и другите условия при бизнес-сделки между тях. Приемането на нови съдружници и съответното прехвърляне на дружествени дялове, изключването на съдружници, промените в дружествения договор и внасянето на допълнителни парични вноски и сега изискват доста високо квалифицирано мнозинство - повече от 3/4 от гласовете. А увеличаването и намаляването на капитала и сега са допустими само при единодушие на съдружниците. Всички тези изисквания на Търговския закон правят ООД относително тежко подвижно и консервативно по отношение на персоналната и капиталовата си структура. Водещата роля на капиталовото участие е относително ограничена, съвременните методи за структурни реорганизации са по-трудно или най-малкото по-бавно приложими. Това се отразява в не малка степен на кредитния рейтинг на всяко ООД. Намалената и усложнена ликвидност на дружествените дялове със техния засилен персонален елемент ги прави не особено интересни обезпечения както за банки в случаите на кредитиране, така и за венчърните капитали в случаите на джойнт венчъри и други.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение могат да се дадат следните обобщени критерии за избор на стопанско-правна форма:

Основен критерий за избора на стопанско-правна форма е видът търговска дейност и очакваните приходи от нея. Все пак бизнес се прави за печалба. Това налага предприемачът да има разработен бизнес план и тогава да търси най-подходящата правна форма за неговата реализация. Добре е да се вземат предвид и изискуемите лицензи и разрешителни за бизнеса;

Необходимо е да се определи чий ще бъде капиталът. Ако е на един собственик, то тога-

ва е уместно да се направи избор измежду тези юридически форми, които при регистрация предоставят тази възможност. Например Едноличен търговец (ЕТ) или Еднолично дружество с ограничена отговорност (ЕООД). Когато капиталът е недостатъчен и е необходимо да бъдат привлечени съдружници, тогава от значение за избора е тази юридическа форма, която е най-удачна за потенциалните съдружници – примерно ООД. От значение е и размерът на капитала, който се изисква за функциониране на бизнеса и като начален капитал при самата регистрация на фирмата;

Необходимо е да се направи юридически анализ на състоянието на търговеца, предимствата и недостатъците на всяка от възможните форми за регистрация на фирма, и едва тогава да се пристъпи към регистрация. Измежду юридическите критерии най-важни на практика са структурата на органите, разпределението на правомощията между органите, методите за свикване и вземане на решения от органите, способите и тежестта при извършване на промени в собствеността, способите и тежестта при промени в управлението, управленските ангажименти на собственика/собствениците, размерът на отговорността на собственика/собствениците. Необходимо е да се вземат предвид и възможностите за преобразуване, както и за заличаване на съответните правни форми;

Съществени за избора са данъчната и осигурителната тежест на всяка стопанско-правна форма, както и конкретиките на счетоводните изисквания.

Без претенции за изчерпателност бяха представени основните особености на най-разпространените правни форми за извършване на малък бизнес. За предприемачите остава да вземат управленското решение коя от тях да изберат.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дамянов, Д. Малък и среден бизнес. Организация и управление. София, Темпора, 2010.
2. Стоянов Е., Малкият бизнес – организация, анализ и оценка. Бургас, Либра Скорп, 2014.
3. Стоянов, Е. и С. Транев. Въведение в малкия бизнес. Бургас, Флат, 2014.
4. Тодорова, М. *Тенденции в икономическото образование*. - ISME'14, Volum II, Sozopol, Bulgaria, pp. 1165-1172
5. Търговски закон.
6. Закон за счетоводството.
7. Закон за задълженията и договорите.
8. Закон за корпоративното подоходно облагане.
9. Закон за облагане доходите на физическите лица.

REFERENCES

1. Damyanov, D. Malak i sreden biznes. Organizatsia i upravlenie. Sofia, Tempora, 2010.
2. Stoyanov, E. Malkiyat biznes – organizatsia, analiz i otsenka. Burgas, Libra Skorp, 2014.
3. Stoyanov, E. i S. Tranev. Vavedenie v malkia biznes. Burgas, Flat, 2014.
4. Todorova, M. *Tendentsii v ikonomicheskoto obrazovanie*. - ISME'14, Volum II, Sozopol, Bulgaria, pp. 1165-1172
5. Targovski zakon.
6. Zakon za schetovodstvoto.
7. Zakon za zadalzheniyata i dogovorite.
8. Zakon za korporativното podohodno oblagane.
9. Zakon za oblagane dohodite na fizicheskite litsa.

**ЗДРАВЕН ТУРИЗЪМ – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И БЪДЕЩЕ
В ПОСТИНДУСТРИАЛЕН СВЯТ**

Братой Копринаров

**HEALTH TOURISM: CHALLENGES AND FUTURE
IN THE POSTINDUSTRIAL WORLD**

Bratoy Koprinarov
E-mail: bgko@abv.bg

ABSTRACT

The paper presents the specific characteristics of health tourism. The impact of globalization on the development of health tourism has been systematized. The changes in health tourism demand and health tourism supply have been pointed out.

Key words: health tourism, globalization

ВЪВЕДЕНИЕ

Независимо от своето хилядолетно развитие, здравният туризъм се превърна в специфичен туристически феномен едва през последните десетилетия. Основна предпоставка за този „бум“ в неговото развитие са настъпилите обективни и необратими промени в стила на живот на съвременния човек, които от своя страна са резултат от постиндустриалното развитие на съвременното общество и протичащите глобализационни процеси.

Урбанизацията, транспортът, нерационалното хранене, обездвижването и екологичните проблеми оказват вредно влияние върху физическото и психичното здраве на човека. Това са фактори, които водят до бързо увеличаване на сърдечно-съдовите заболявания - хипертонията, сърдечен и мозъчен инфаркт, алергичните заболявания, обменно-ендокринните заболявания и др. Модерната цивилизация, както сполучливо посочва доайенът на здравния туризъм в България С. Стаматов, влече след себе си хронична, масова и скъпо струваща на обществото болестност, наречена болести на съвременната цивилизация. [1]

Целта на настоящата статия е представянето на развитието и предизвикателствата на съвременния здравен туризъм в условията на активно глобализиращ и индустриализиращ се свят.

**ЗДРАВНИЯТ ТУРИЗЪМ – ФЕНОМЕН
НА XXI ВЕК**

Последното десетилетие понятието „здравен туризъм“ се утвърди като обобщаващ термин за пътувания, при които медицинското лечение и здравни услуги са фокусна точка. Целта на туристическия престой на дадено лице в туристическата дестинация е физическото и психическо съхраняване, стабилизирането и възстановяването на здравето. [2] Спектърът на най-често включваните здравни и лечебни мерки днес варира от уелнес и фитнес, лечение, рехабилитация и превантивни здравни грижи до хирургически интервенции.

Обективните демографски промени, нарастващата роля на социалните и стопански аспекти предопределят световния ръст и значение на здравния туризъм. [3] Увеличаването на продължителността на живота на населението, съпроводено с намаляваща раждаемост, особено в индустриализираните западни страни, значително натоварва системите на здравеопазване. Въпреки това, увеличаването на заболявания, характерни за съвременния начин на живот като сърдечно-съдови заболявания и алергии, продължават да се увеличават. [4]

Болестите на съвременната цивилизация създават тревога в обществото и мотивират мащабни епидемиологични проучвания в САЩ и Европа върху големи човешки маси. (Фрамингамското сърдечно проучване в

САЩ през 1948 г., проучвания в Швеция, Финландия, Великобритания, Германия, Израел и др.) На базата на проучванията се открояват рисковите фактори на хроничната болестност. (Фигура 1)



Фиг. 1. Фактори, причиняващи преждевременна смърт

Челна позиция след причините да преждевременна смърт заема индивидуалният стил на живот (близо 50%). Следва изводът, че е нужна по-голяма лична отговорност на отделния човек за собственото му здраве. Започва активна здравно профилактична пропаганда и мащабна възпитателна работа за здравословен начин на живот с оглед профилактика на заболяемостта в целия цивилизован свят (Европа, Америка Австралия). Появява се новата здравна наука „здравна култура”, наука за здравето на здравите.

На основата на настъпващите динамични промени в анализираното направление Световната туристическа организация (UNWTO) приема здравния туризъм като отделна част от туристическата сфера. [5] Като интердисциплинарен феномен той може да се развива в пресечната точка на екологията, икономиката, социологията, медицината, психологията и географията. [6]

Редица автори и организации - Халбърт Дън, Джон Травис, Клод Каспар, Хансруди Мюлер и Евелин Кауфман, Стамат Стаматов, Асоциацията по медицински туризъм (Medical Tourism Association), Спа и Глобален Уелнес Маркет (Spas and the Global Wellness Market), Международната Спа Асоциация (The International SPA Association), Глобалният Спа Форум (The Global Spa Summit (GSS) и т.н. интерпретират здравния туризъм, създавайки многообразие от обозначения и определения за този вид специализиран туризъм [6].

Здравният туризъм като съвременна форма на туризъм трудно подлежи на ясна и прецизна формулировка. Според Рихтер, това е „комбинация от почивка и удоволствие, управлявана компетентно чрез научно обосновани здравни програми”, докато Нарщед го приема като „посещение на СПА центрове и курорти на гости от страната и чужбина, които са мотивирани да ползват здравни услуги срещу заплащане”. [7] По тази причина в туристическата практика битува голямо разнообразие от термини за обозначаване на туризма със здравна цел: здравен туризъм; лечебен туризъм; медицински туризъм, балеологичен туризъм; спа туризъм, уелнес туризъм (wellness tourism) и други сходни. С оглед на фиксирания в заглавието на изследването проблем за релацията „здравен туризъм – глобализация“, ще анализираме комплексната и логическа обвързаност между тези два феномена. Без да навлизаме в теоретико-методологическите дискусии за формулировките на понятието „здравен туризъм“, ще направим опит да разкрием неговата същност, характеристика и тенденции в развитието.

Според приетата от Деветата национална конференция за икономика на здравеопазването през 2013 г. в Рошок експертна дефиниция, здравен туризъм е всяка дейност, която спомага и допринася за лечение, възстановяване, особено чрез медицински услуги. [8] Терминът същевременно обхваща и редица други характеристики и елементи, като например здравно ориентирана ваканция, отдих, спа и рехабилитация, здравен туризъм, уелнес, фитнес и други, при които границите между различните термини не винаги са ясно разграничени. [9]

За нуждите на настоящата разработка ще приемем дефиницията на един от основните теоретици на здравния туризъм. Според Каспар, здравният туризъм може да бъде определен като „пътуването и пребиваването на хора с цел поддържане, стабилизиране или възстановяване на физическото, интелектуалното и социалното благосъстояние чрез ползване на специфични здравни услуги в място, което е различно от това на тяхното постоянно местоживееие и работа.” [10]

Диалектичката обвързаност между понятията „здраве“ и „туризъм“ е ярко отразена в самото название на тази съвременна форма на туризъм – „здравен туризъм“. Световната

здравна организация (СЗО) определя здравето като „състояние на пълно физическо, психическо и социално благополучие, а не просто отсъствие на болест или недъг“ [11].

В обобщение, здравния туризъм предполага пребиваване с основна цел стимулиране на собственото здраве, неговото запазване или възстановяване. Използването на свързаните със здравето медицински и други услуги може да се извърши в уелнес и спа хотели, спа-центрове, спа курорт, здравни центрове, рехабилитационни клиники и в болниците за активно лечение [12]. Всичко това дава възможност да се изрази тясното преплитане между различните видове специализирани услуги, изразяващи вътрешното съдържание на обобщаващото понятие „здравен туризъм“. (Виж фиг. №2)



Фиг. 2 Съдържание на здравния туризъм

Динамиката на търсенето на продукта на „здравния туризъм“ убедително разкрива, че готовността на потенциалните гости, превантивно да извършат мотивирани действия за възстановяване и поддържане на собственото си здраве, а също и да плащат сами за тези действия, т.е. тяхната мотивация, ще расте и в бъдеще. [13]

За туристите, търсещи посочените здравни и възстановителни услуги, са налице три основни мотива, които ясно детерминират и нарастващото търсене на този туристически продукт.

Посочената „триада“ разкрива „основните теми“ в здравния туризъм:

- „уелнес“, възприеман предимно като възстановяване на „нарушен баланс“ поради стрес и динамичност на ежедневието, като вид здравно-съзнателно отношение към живота, в което се търси баланс на трите елемента „тяло, ум и душа“. [14];

- „превенция“ за здраве. Профилактика и ранно откриване и лечение на болестни състояния в три насоки (първични, вторични и третични превенции);

- рехабилитация и здраве.

„Бумът“ в търсенето и предлагането на „новия здравен туризъм“ се форсира от четири пазарни фактора.

- промяна на ценности - повишаване на здравната култура;
- демографски промени - нови целеви групи (пазарни сегменти);
- промяна в условията - отворени пазарни структури;
- промяна на предлагането - иновации и сътрудничество. [15]

Систематичните проучвания на здравната туристическа индустрия относно потреблението на услуги на здравен туризъм ясно показват значителната мотивация на потребителите в САЩ, Канада, Австралия, Германия и Великобритания. [16] Изследванията на Международната спа асоциация показват възходящо развитие на спа и уелнес индустрията. Според експертни оценки спа и уелнес туризмът генерира годишни приходи в световен мащаб над 7,7 милиарда щат. дол. [17]

Специално в САЩ спа и уелнес туристите имат следния демографски профил:

- през 2001 г. 70% са жени и 30% мъже, като само 20 години преди това - през 1980 г. - 98% са били жени и само 2% мъже;
- семейни без деца под 18 години в семейството;
- хора с колежанско или университетско образование;
- заети на пълно работно време;
- средна възраст 41 години при потребителите на едnodневно спа, 44 години при посетителите на спа хотели и 45 години при любителите на спа дестинации;
- среден семеен годишен доход 96000 щат. дол. за посетители на едnodневно спа центрове, 122000 щат. дол. за посетителите на спа хотели и 125000 щат. дол. за посетителите на спа дестинации.

Туристите възприемат здравния туризъм или като ядро, или като допълнение на своето ваканционно пътуване. Проучванията на привържениците на спа и уелнес пътуванията показват, че те имат своите отличителни особености и те са, както следва: [18]

- хора с добро здраве - мнозинството от еднокдневните посетители на спа центрове, както и от посетителите на спа дестинации и спа круизни кораби посочват, че са в отлично здраве;

- над 65% от спа привържениците вземат витамини и минерали;

- над 58% ограничават консумирането на мазни храни;

ЗДРАВНИЯТ ТУРИЗЪМ В КОНТЕКСТА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЯТА

Взаимовръзката между туризма, в т.ч. и здравния туризъм, глобализацията и пост-индустриалното развитие на съвременните общества не е изкуствено привнесена. Всяка от тези три съставки е част от останалите или се причинява от тях. Международният туризъм, разгледан в икономическо измерение, представлява най-големият поток от хора, стоки, услуги и капитали. Неговото функциониране е свързано с наличието на единно информационно пространство. Субектите на туристическия бизнес са до голяма степен елементи на една глобална мрежа. При съществуването на туристи навсякъде по света свързва все повече „места“ в глобалната икономика. Тъкмо затова може да се каже, че международният туризъм е „най-видимото изражение на глобализацията“ [19]

Влиянието на глобализацията върху туризма се осъществява на две нива. Едното ниво касае предпоставките и условията за осъществяването на **туризма като дейност**. Това ниво можем да наречем „*инфраструктурно ниво*“. То има отношение към транспортната инфраструктура, към характера на информационната система, към структурирането на работното и свободното време, и пр. Това са фактори, чиято същностна промяна в процеса на глобализация води след себе си до трансформации в условията, характера, мащабите и насоките на развитие на съвременния туризъм.

Другото ниво касае онези **промени в стила на живот на съвременния човек**, които се предизвикват или поне се благоприятстват от глобализацията и имат пряко отношение

към мотивацията за туризъм. Става дума за промените в битието на съвременния човек, от които се поражда определена „воля за туризъм“. Това ниво ще обозначим като „*ниво на мета-мотивацията за туризъм*“. Ярък пример в това отношение е засилващият се интерес към здравния туризъм. В съвременните общества здравните грижи са достъпни, медицината разполага с невероятни по ефективността си фармацевтични средства, лекарите си служат с изключително успешна животоспасяваща техника, продължителността на живота е с десетилетия по-голяма от тази във всички предшестващи епохи. Въпреки това е налице засилващо се търсене на здравен туризъм, на СПА процедурите, на т.нар. природна медицина. Прогнозите сочат, че този процес ще се усилва. Така например в неотдавнашно прогностично изследване на британския Департамент за бизнес иновации и умения за предстоящата поява на нови професии се изтъква, че трябва да се готвим за появата на уелнес мениджъри за възрастни хора – една професия, която ще черпи от широк кръг медицински, фармацевтични, протезни, психиатрични и фитнес решения, за да се полагат грижи за здравето и личните нужди на застаряващото население.[20]

Обяснението на засилващото се търсене на здравен туризъм би било погрешно, ако бъде съсредоточено само в индивидуалната психология или в индивидуалните потребности на хората. Мотивацията на все повече хора да предприемат подобен тип туризъм се нуждае от мета-мотивационно обяснение – от обяснение чрез фактори, заложили във „фундаментата“ на съвременното общество. Френският социолог Жил Липовецки констатира, че днешният индивид се превръща в нещо като „ходеща аптека“ и почита богинята на здравето Хигия повече от Супермен, „като е в процес да се превърне в здрав хипохондрик“.[21] Защо става така, въпреки че съвременният човек в никакъв случай не е по-болен от своите предшественици? В развитите общества, които са изградени върху принципа на глобалната конкуренция, е изключително важно да имаш и да умееш да управляваш „телесния си капитал“. Заедно с това тези общества, които са от застаряващо население, са заразени от ювентофилия, от култ към младостта, обсебени са от жаждата да бъде максимално продължена времевата полоса на сетивния хедонизъм, който ерозира с на-

предъка на възрастта. Затова животът в развитите общества все по-силно се медиализира. Хората в тях се ориентират с нарастваща интензивност към поддържане на „хигиена на живота” и към вземането на предпазни мерки за удължаване на активния живот. В такъв контекст и по този начин можем да изясним не само пряката мотивация на интереса към медицинския туризъм, но и да стигнем до по-дълбокия корен на тази мотивация.

По отношение на развитието на здравния туризъм специално внимание заслужават две глобализационни **мета-мотивационни влияния: демографското застаряване** на развитите общества и **детериториализирането на живота на хората** в тези общества.

В настоящия момент най-висока средна възраст (42 г.) в света има японското население. След него, сред първите най-„застарели” 20 държави, се разполага населението на 18 европейски страни. Възрастното население е най-динамично нарастващата социална група в Стария континент. Ако през 2009 г. делът на населението над 65 г. в света е 7,5%, в „старя” Европа то е 16,2%. Макар че е налице и в Източна Европа, особено силен е процесът на застаряване в Италия, Испания, Германия. Ж. Липовецки пише: „Епохата, когато пенсио-нерите бяха с изчерпани сили и малко години живот пред тях, или когато бабите и дядовците се задоволяваха да гледат внуците, вече е отминала. Възпитани в консума-торското общество, представителите на старшата възраст пътуват, отиват на другия край на Земята, посещават градове и музеи, карат курсове по информатика, спортуват, искат да изглеждат по-млади, отколкото са. ... Понастоящем **пенсионерът** представлява идеалната фигура на хиперконсуматора, освободен от императива на труда, **обсебен единствено от грижите за тялото и здравето**, от пътуванията и излизанията, от личните и колективните удоволствия. Даже сбръчкан, Нарцис си остава Нарцис и иска да съблазнява, да изживее пълноценно настоящето, макар и обсебен от края на живота”. [22] Това поведение на „старшата възраст” дава основание в Западна Европа да я наричат „големият пазар на бъдещето”. Тази възрастова група има активно отношение към туризма и **особено към здравния туризъм**. Социологически е установено, че тъкмо тя е главен контингент на здравния и културния туризъм. Във вече цитираното изследване на нагласите на евро-

пейците към туризма се констатира, че за туристите на възраст 15-24 г. основен мотив е слънцето и плажът, докато за туристите над 54 г. възраст са city trips, здравен, културен, религиозен, екотуризъм. Значителен процент от туристите над 54 г. възраст са ориентирани предимно от посочените мотиви, докато сред младежите от 15 до 24 г. – едва 6%.

Друга изключително важна последица на глобализацията е **детериториализация на живота** на хората в развитите страни. [23] В основата на детериториализацията лежат множество фактори, които ерозират социалното значение на физическата дестинация в живота на човека – това са мобилността на съвременния човек, участието му в мрежите на транснационалния бизнес, въввлечеността му в дейности с глобален обseg, както и интензивните миграционни процеси, осъществявани без прекъсване на връзките с родните места, виртуалните мрежи, глобалните медии, интернет и т.н.

Днешният човек е детериториализиран и в пряк, и в преносен смисъл. Статистиките сочат, например, че близо една десета от жилищата в ЕС са собственост на хора, които обикновено не живеят постоянно в тях, а ги използват като „вторична” или „третична резиденция”, сиреч като място за временно пребиваване, като ваканционно жилище, като условие за живот, необвързан с едно-единствено място [24].

Английският изследовател Зигмунт Бауман, който е създал в книгата си „Глобализацията” - един много впечатляващ портрет на съвременния човек, отбелязва, че неговите „жизнени амбиции най-често биват изразявани в термините на подвижността, свободата при избора на мястото, пътуванията, опознаването на света”. [25] От друга страна, плурализмът на стиловете на живот в развитите общества разнообразява мотивациите за туризъм. Тъкмо защото стават все по-различни и разнообразни стиловете на живот, това води до умножаване на ценностните ориентации в туризма. За една група хора е достатъчна релаксацията, произвеждана от слънцето, водата, пясъка. За други обаче това не стига и те го искат заедно или паралелно с авантюрата, поставяща на изпитание и риск техните физически и психически способности. За трета група туризъмът се оказва начин за търсене на екзистенциални устои чрез допира до християнски, будистки, ислямски светилища. Други хора пък удовлетворяват

чрез туризма съвсем различни потребности – познавателни, естетически, **здравни**, гастрономически, сексуални и прочие. Грек Ричардс и Джули Уилсън очертават още една разновидност на новите туристически мотивации – интерес към из-чезващите културни форми. Те пишат в „Глобалният номад“: „Изчезването на домодерните култури ги прави особено атрактивни като места за туристическа консумация и дистинкция – шанс да се види миналото, преди то да изчезне”.[26] Изобщо, колкото по-широк става спектърът на стиловете на живот, пораждан при детериториализиране на човешкото битие в процеса на глобализация, толкова по-разнообразна ще става и мотивацията за туризъм.

Изводът е, че глобализацията и постиндустриалното развитие е структурен процес, осигуряващ висок потенциал за развитие на международния туризъм, в частност за развитие на здравния туризъм. Електронните технологии, средствата за глобална мобилност, компютризирането на информационната и резервационната система, които стават и по-удобни за манипулиране, и по-икономични като разход на средства, са едното измерение – инфраструктурното – на благоприятните възможности, осигурявани от глобализацията. От друга страна, глобализацията предизвиква такива промени в стиловете на живот на развитите общества, които са източник на засилена „воля за здравен туризъм”.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изложените данни логично налагат извода, че процесите на глобализация и постиндустриално развитие обективно водят след себе си не само т.нар. „болести на съвременната цивилизация”, но и обсебеност от грижите за тялото и външния вид, което от своя страна е основен фактор за бурно развитие на здравния, в частност СПА и Уелнес, туризъм.

Познаването на тенденции в търсенето и предлагането на здравен туризъм ще подпомогне заинтересованите страни да усвоят големия природен и антропогенен потенциал на България за развитие на здравен туризъм във всичките му видове и форми.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стаматов, С. Съвременният здравен туризъм и неговата философия през 21 век. Бъл-

гарският туризъм – приоритети за развитие. Изд. „Славена”, Варна., 2007 стр. 162

2. Kaspar, Claude: Gesundheitstourismus im Trend, In: Kaspar, Claude: Jahrbuch der schweizerischen Tourismuswirtschaft, Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft, St. Gallen, 1996

3. Cassens, Manfred: *Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung*, Oldenbourg Verlag, München, 2013, S. 2

4. Böhm, Kerstin: *Servicequalität im Gesundheitstourismus: Erfolgsfaktor für die deutschen Heilbäder*, VDM Verlag, Saarbrücken, 2007, S. 15

5. Studium Gesundheits- und Tourismusmanagement B.A., Website der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Abgerufen am 4. November 2011

6. Маринов, С. Съвременни видове туризъм. Варна, Наука и икономика, 2011.

7. Konferenzbericht "9. Nationale Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft 2013", S. 23

8. Weltmann, A., Gesundheitstourismus und Wellnessstourismus. 2000, s.15., Rulle, M., Hoffmann, W., Kraft, K., Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus: Analyse zur Erwartung und Zufriedenheit von Gästen, Erich Schmidt, B., 2010, s. 5

9. Kaspar, Claude: Gesundheitstourismus im Trend, In: Kaspar, Claude: Jahrbuch der schweizerischen Tourismuswirtschaft, Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft, St. Gallen, 1996, s. 55.

10. *WHO Definition of Health*. Website der Weltgesundheitsorganisation. Abgerufen am 4. November 2013.

11. Böhm, K., *Servicequalität im Gesundheitstourismus: Erfolgsfaktor für die deutschen Heilbäder*, VDM Verlag, Saarbrücken, 2007, Anlage 1, s. 1.

12. Sonnenschein, Meike: *Medical Wellness & Co.: der Gesundheitsvorsorgetourismus in Deutschland*, Pro Business, B., 2009, s. 17.

13. Rulle, M., *Der Gesundheitstourismus in Europa*, 2. Auflage, Eichstätt 2004, s. 208

14. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.): *Branchenreport: Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland*, Berlin 2011, s. 9

15. Reisinger, Y. *International Tourism: Cultures and Behavior*, Butterth-Heinemann, Oxford. 2009.

16. Canadian Tourism Commission (CTC). *Spa, health & wellness sector : foreign competitor profiles*. [electronic resource] / prepared by

Association Resource Centre Inc., Research and Strategy Division, December 2006.

17. Tourism Queensland (TQ) Health & Spa Tourism.//www.tq.com.au/fms/tq_corporate/.../health_and_spa_tourism.pdf, 2010.

18. Tourism Queensland (TQ) Health & Spa Tourism.//www.tq.com.au/fms/tq_corporate/.../health_and_spa_tourism.pdf, 2010.

19. Липовецки, Ж. Парадоксалното щастие, С., изд. „Рива” 2009

20. Пак там, с. 123.

21. Олброу, М. Глобалната епоха, С., изд. „Обсидиан”, 2001.

22. Hiernaux, D., Una decada de cambios: la geografia humana y el estudio del turismo in: Scripta Nova, Univesidat de Barcelona, vol.XII, num. 28 agosto 2008.

23. Бауман, З. Глобализацията. Последните за човека, С., изд. ЛИК, 1999.

24. Richards, G., Julie Wilson. The global nomad: backpacker travel in theory and practice. Channel View Publication. Cromwel Pres.

REFERENCES

1. Stamatov, S. Savremenniyat zdraven turizam i negovata filosofia prez 21 vek. Balgarskiyat turizam – prioriteti za razvitie. Izd. „Slave-na”, Varna., 2007, s. 162.

2. Kaspar, Claude: Gesundheitstourismus im Trend, In: Kaspar, Claude: Jahrbuch der schweizerischen Tourismuswirtschaft, Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft, St. Gallen, 1996.

3. Cassens, Manfred: *Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung*, Oldenbourg Verlag, München, 2013, s. 2

4. Böhm, Kerstin: *Servicequalität im Gesundheitstourismus: Erfolgsfaktor für die deutschen Heilbäder*, VDM Verlag, Saarbrücken, 2007, s. 15

5. Studium Gesundheits- und Tourismusmanagement B.A. Website der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen. Abgerufen am 4. November 2011.

6. Marinov, S. Savremenni vidove turizam. Varna, Nauka i iekonomika, 2011.

7. Konferenzbericht "9. Nationale Branchenkonferenz Gesundheitswirtschaft 2013", s. 23.

8. Weltmann, A., Gesundheitstourismus und Wellness-tourismus. 2000, s.15.; Rulle, M., Hoffmann, W., Kraft, K., Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus: Analyse zur Erwartung und

Zufriedenheit von Gästen, Erich Schmidt, B., 2010, s. 5.

9. Kaspar, Claude: Gesundheitstourismus im Trend, In: Kaspar, Claude: Jahrbuch der schweizerischen Tourismuswirtschaft, Institut für Tourismus und Verkehrswirtschaft, St. Gallen, 1996, s. 55

10. WHO Definition of Health. Website der Weltgesundheitsorganisation. Abgerufen am 4. November 2013.

11. Böhm, K., *Servicequalität im Gesundheitstourismus: Erfolgsfaktor für die deutschen Heilbäder*, VDM Verlag, Saarbrücken, 2007, Anlage 1, s. 1

12. Sonnenschein, Meike: *Medical Wellness & Co.: der Gesundheitsvorsorgetourismus in Deutschland*, Pro Business, B., 2009, S. 17 .,

13. Rulle, M., Der Gesundheitstourismus in Europa, 2. Auflage, Eichstätt 2004, S. 208

14. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hg.): Branchenreport: Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland, Berlin 2011, S. 9

15. Reisinger, Y. „International Tourism: Cultures and Behavior, Butterth-Heinemann, Oxfort. 2009

16. Canadian Tourism Commission (CTC). Spa, health & wellness sector : foreign competitor profiles. [electronic resource] / prepared by Association Resource Centre Inc., Research and Strategy Division, December 2006.

17. Tourism Queensland (TQ) Health & Spa Tourism.//www.tq.com.au/fms/tq_corporate/.../health_and_spa_tourism.pdf, 2010

18. Tourism Queensland (TQ) Health & Spa Tourism.//www.tq.com.au/fms/tq_corporate/.../health_and_spa_tourism.pdf, 2010

19. Lipovetski, Zh. Paradoxsalnoto shtastie, S., izd. „Riva”, 2009.

20. Pak tam, s. 123.

21. Olbrou, M. Globalnata epoha, S., izd. „Obsidian”, 2001.

22. Hiernaux, D., Una decada de cambios: la geografia humana y el estudio del turismo in: Scripta Nova, Univesidat de Barcelona, vol.XII, num. 28 agosto 2008.

23. Bauman, Z., Globalizatsiyata. Posleditsite za choveka. S., izd. LIK, 1999.

24. Richards, G., Julie Wilson, The global nomad: backpacker travel in theory and practice. Channel View Publication. Cromwel Pres.

НЕОБХОДИМОСТ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ВЪВЕЖДАНЕ НА ИНОВАЦИОННИ ПРАКТИКИ

Маруся Любчева, Цанко Иванов, Дончо Керемидчиев, Цветелин Панчев

NECESSITY AND POSSIBILITIES FOR IMPLEMENTATION OF INNOVATION PROCEDURES

Marusya Lyubcheva, Tzanko Ivanov, Doncho Keremidchiev, Tzvetelin Panchev
E-mail: keremidchiev@abv.bg

ABSTRACT

This article aims to explore the opinions about the necessity and opportunities for implementation of innovation procedures among members of Burgas Chamber of Commerce. The results of the investigation conducted through personal interviews with 78 business representatives (members of Burgas Chamber of Commerce) in April 2015 show the positive attitude of the business to innovation practices as a necessity and possibilities. The positive developments in the attitude of the businesses towards innovation are shown. The business is looking for different sources of funding innovation procedures to implement them effectively. An unfavourable state of the relations between the business, on the one hand, and universities and scientific structures, on the other, as well as insufficient use of “knowledge” resources to create an innovative environment has been found. The study was conducted by a team of students from the Faculty of Social Sciences of Prof. Dr Assen Zlatarov University, Burgas.

Key words: *personal questionnaires, utilization, Burgas Chamber of Commerce and Industry, Prof. Dr Assen Zlatarov University, Burgas*

ВЪВЕДЕНИЕ

Безспорно иновациите станаха хит в публичното пространство и във всички стратегии и планове за развитие. Въпреки разнообразното разбиране и тълкуване, общият терминологичен смисъл дава ясна връзка с реализирането на практика на нови технологии, нови модели и образци, независимо от мястото на техния произход. Иновацията е инструмент за развитие и растеж, който винаги се свързва с нови знания и компетентности. Фактът, че една от оперативните програми, действащи под финансирането на Европейските структурни фондове у нас, е с наименованието „Иновации и конкурентоспособност“, дава ясен знак за значимостта на иновациите за ефективността на икономиката ни. Иновациите са влезли в наименованието на европейските програми отдавна и участието в тях е доста силно и конкурентно. Затова е важно да се изследва и анализира готовността на българския бизнес да участва в този важен процес. Не е достатъчно усилието на различ-

ни браншови организации в популяризирането и разпространението на иновациите – нужни са много повече усилия в подготовката на бизнеса и в повишаване на неговата конкурентоспособност, за да може да прилага новостите в съответните сектори. Съветите по иновации, създадени под егидата на различни организации, също са необходими, но не достатъчни, за да направят бизнеса иновативен. За иновативността са отговорни редица фактори, сред които развитието на икономиката, финансова, данъчна и пазарна среда, конкуренция, образователен и научен капацитет, предприемачески дух и креативност. В иновативността няма традиционност, необходимо е ново мислене, ново отношение към знанието и превръщането на науката в производителна сила, т.е. разширяване зоната на действие на човешкия ресурс в посока наукоемкост на действията му.

Иновативността трудно се побира в сухи статистически данни, но въпреки това е необходимо да се провеждат изследвания на наг-

ласите, готовността за въвеждане на иновации и адекватност към новото технологично мислене, за да се открият тенденциите.

Настоящото изследване е проведено с разбирането, че иновациите и взаимодействието между образованието, науката и бизнеса за всеки регион са особено важни за гарантиране на икономически растеж. Това проучване има за цел да провокира интерес към целенасочени действия, с които да се промени качеството на подготовка на специалистите, които завършват средните професионални училища и университетите, а иновационната политика да се превърне в реална практика на икономическите субекти в региона. Данните от проучването ще бъдат използвани за сравнение с провеждани такива в по-ранни периоди, за да се установи промяната и тенденциите в развитието на процесите.

Изследването е базирано на анкетно проучване, проведено сред 78 респонденти – членове на Бургаската Търговско Промислена палата. Настоящата статия има за цел да проучи мнението относно необходимостта и възможностите за въвеждане на иновационни практики сред членовете на Бургаската търговско-промишлена палата.

Обект на изследването е бизнесът на Бургаски регион, чрез членовете на БТПП.

Предмет на изследването е иновационният характер на дейността на икономически субекти в Бургаски регион

Основна цел на изследването – да изследва мнението на бизнеса в Бургас относно иновационните практики.

Аналитичният модел на извадката, който е използван, е графичният. Резултатите са обработени на Excel 2013.

Използван е извадковият подход.

Методът за събиране на данните е дескриптивен.

Равнището на измерване е извършено с ординална скала.

ОБОБЩЕНИЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ АНКЕТНОТО ПРОУЧВАНЕ

Направеното проучване води до формирането на следните основни обобщения на резултатите:

Изследвани са икономически субекти в областта на търговията – 31 %; услугите – 30 %; индустриални производства – 30 %; други – 9 %.

Категорично е мнението на анкетиранияте представители на Палатата (98 %), които смятат за необходимо въвеждането на нови технологични решения и/или иновационни практики с цел оптимизиране на дейността им. Изследването потвърждава категорично нагласата на бизнеса за нови технологични решения и/или иновационни практики с цел оптимизиране на дейността им. Респондентите посочват, общо взето равномерно, в каква сфера на дейността им биха желали да въведат нови технологични решения и/или иновационни практики: производство – 27 %; управление, счетоводство и контрол – 25 %; електронно управление – 25 %; управление на качеството и мониторинг – 24 %; други – 6 %.

63 % от бизнесмените споделят, че имат опит във въвеждането на нови технологични решения и/или иновационни практики, но 28 % дават отрицателен отговор, а 9 % не изразяват конкретно мнение.

Очевидно положителните нагласи към иновациите са факт, както и факт е, че повече от половината от респондентите – 52 %, посочват повече от три иновационни решения, които имат въведени в организацията си; 17 % посочват две и 31 % – едно.

По отношение на финансирането, преобладаващата част от анкетиранияте (44 %) предпочитат Европейските фондове за финансиране; на собствени средства разчитат 30 %, на кредит – 24 %, и други – 2 %. Резултатът е добър на този етап от развитието на икономиката, защото е очевидно, че иновационната политика има и собствена ресурсна база, което говори добре за конкурентоспособността на компаниите. Балансирането на финансовата подкрепа на иновационната дейност между европейските фондове и собствени, вкл. кредитни средства, показва стабилността в развитието и гаранциите за очакван успех.

Логично е, че преобладаващата част от проучените търговски дружества отчитат повишение на конкурентоспособността след внедряване на иновациите (83 %). Само 2 % дават отрицателен отговор и 15 % не изразяват конкретно мнение.

Процентът на положителните отговори е сериозно повишен в сравнение с предишно проучване, което показва обща тенденция на подобрение на иновационната среда.

Не така стои обаче въпросът с взаимодействието с образованието и науката и тях-

ното използване и включване в изграждането на тази иновационна среда.

38 % от анкетиранияте посочват, че са склонни да възложат на университет или друго научно-развойно звено разработката на специфични технологични решения, касаещи тяхната дейност. 40 % не възлагат надежди в тази посока на университети и научни структури; 25 % не изразяват мнение, което може да се тълкува, че те не познават възможностите на това взаимодействие.

Тревожно по отношение на подобряване на иновативната среда и модернизиране на технологиите и процесите е преобладаващото мнение на респондентите (82 %), които заявяват, че нямат организирано сътрудничество с университет в региона. Само 15 % отговарят положително и 3 % не отговарят. Почти същият брой анкетирани (83 %) посочват, че нямат организирано сътрудничество с университет на национално ниво. Само 14 % дават положителен отговор и 4 % не изразяват конкретно мнение. С чуждестранни университети организирано сътрудничество имат едва 4 %.

Важен елемент от създаването на иновативна среда е подготовката на младите специалисти в духа на иновациите, съвременните технологични решения и бързото адаптиране към нуждите на производството. Модернизирането на европейските университети върви именно в тази посока и това е причина в европейската програма за конкурентоспособност и иновации това да е важен приоритет. Оперативните програми „Развитие на човешките ресурси“ 2007-2013 и 2014-2020, „Иновации и конкурентоспособност“/2014-2020/ залагат целево финансиране за изграждане на взаимодействие между университетите и бизнеса. Създаването на целева програма „Студентски стаж“ също е стъпка в тази посока. За съжаление, болшинството от респондентите (63 %) посочват, че не приемат стажанти-студенти по програмата на МОН. Само 23 % отговарят положително; 14 % не дават конкретен отговор.

67 % от анкетиранияте посочват, че дори не приемат стажанти - студенти по програмата на ЕС, реализираща се в университетите. Положителен отговор дават само 18 % от запитаните и без мнение са 15 %.

62 % отговарят, че не приемат и стажанти - ученици по програмата на ЕС, реализираща се в професионалните училища. Положителен

отговор споделят 22 % и без мнение са 16 % от респондентите.

Важно е обаче, че 41 % от представителите на бизнеса са склонни да осигуряват стипендии на студенти или ученици, с което да ги мотивират за бъдеща работа при тях. Това също е важен факт в развитието на взаимодействието бизнес – образование, част от изграждането на интелигентен растеж, свързан с нови ключови умения и компетентности.

Положителен резултат в изследването е фактът, че 73 % от запитаните гледат позитивно на възможността за създаване на иновационни групи в университетите с участие на студенти. Скептични са 10 % от респондентите и 17 % не отговарят конкретно.

84 % от анкетиранияте посочват, че ако трябва да изберат партньори за внедряване на иновационни практики, биха се насочили към български университет и 16 % - към чуждестранен.

Известно е, че информационната база е съществен елемент от иновативната среда във всички икономически сектори. Научните новости и най-съвременните решения науката докладва на конференции и симпозиуми, на които се канят и представители на съответния бизнес. Така се раждат партньорства и се реализират съвместни проекти. Но в Бургаски регион 63 % от запитаните представители на Бургаската търговско-промишлена палата отговарят, че не следят научните конференции на университетите, които тематично са насочили научната си дейност в областта на дейност на тяхната фирма, не ги посещават и не получават информация за новостите в своя сектор. Положителен отговор дават 22 %; без мнение са 15 %.

Този резултат показва, че бизнесът не владее един съвременен ресурс, който се свързва с управление на знанието и който в много силна степен може да повлияе върху иновативната среда и да подобри конкурентоспособността на фирмите.

ИЗВОДИ

Направеното проучване води до формирането на следните основни изводи:

1. Положителните нагласи на регионалния бизнес по отношение на иновациите и високият процент на практикуващите иновации фирми е предпоставка за стабилно икономическо развитие и устойчивост на процесите,

ведещи до икономически растеж. Балансираното използване на различни финансови ресурси е перспективно с оглед бързото реализиране на иновации.

2. Необходимо е по-сериозно усилие за организиране на взаимодействие бизнес – образование и бизнес – наука за модернизиране на технологиите и използване на най-съвременните научно-технически достижения.

3. Възможностите на бизнеса за икономически растеж биха се увеличили при изграждане на партньорства и мрежи, които осигуряват използване на информационния и научен ресурс от ново поколение.

ПРЕПОРЪКИ

1. Необходима е подкрепа на бизнеса чрез различни обучителни и образователни форми за успешно въвеждане на иновационни практики и организиране на ресурси за целта. Ролята на Бургаската търговско-промишлена палата е от съществено значение.

2. Посредничеството на БТПП за изграждане на взаимодействието бизнес – образование може да се превърне във водещо начало при създаването на мрежи, консорциуми и др., които по-успешно биха се конкурирали на пазара.

3. Обменът на информация трябва да се превърне в основен елемент на работата на икономическите субекти. Изграждането на смесени иновативни групи е идея, която може да доведе до бързо внедряване на нови технологии, преорганизиране на стари производства и рестарт на „замразени“ технологични обекти.

ЛИТЕРАТУРА

1 „Водеща инициатива на стратегията „Европа 2020“, Съюз за иновации Съобщение на Комисията до ЕП, Съвета, ЕКОСОК и КОР, COM 2010,546, окончателен, 2010.

2. Желев, С. Маркетингови изследвания. София, Тракия-М, 2002.

3. Котлър, Ф., Дж. Каслионе. Хаотика (Мениджмънт и маркетинг в епохата на турбулентността). София, Локус Пъблишинг ЕООД, 2009.

4. Любчева, М., Ц. Иванов, Д. Керемидчиев, Цв. Панчев. Иновациите – предизвикателство пред бизнеса или науката в България. - Годишник на Университет „Проф. д-р Асен

Златаров” – Бургас, т. XXXVII, кн. 1, 2008, с. 72 – 76,

5. Любчева, М., Ц. Иванов, Д. Керемидчиев, Цв. Панчев. Опит за идентифициране на икономическия и иновационен потенциал в Бургас-ки регион. - Годишник на Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, т. XXXIX, кн. 2, 2010, с. 9-16.

6. Любчева, М., Ц. Иванов, Д. Керемидчиев, Цв. Панчев. Изследване нагласите на бизнеса в Бургас по отношение на иновациите в образованието. - Годишник на Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, т. XLII, кн. 2, 2013, с. 141-146.

7. Любчева, М., Ц. Иванов, Д. Керемидчиев, Цв. Панчев, Изследване на нагласите на бизнеса в Бургас по отношение на иновациите и стратегиите за развитие, Годишник на Университет Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас, т. XLI, кн. 2, 2012, с. 67-73.

8. Technopolis [group] “Catalysing Innovation in the Knowledge Triangle, Practices from the EIT Knowledge and Innovation Communities”, Brussels, September, 2012.

9. www.bcci.bg

10. www.bschamber.com

REFERENCES

1 Vodeshta inziativa na strategiata „Evropa 2020“, Sayuz za inovazii Saobshtenie na Komisiyata do EP, Saveta, EKOSOK и KOP, COM 2010, 546, 2010.

2. Zhelev, S. Mdrketingovi izsledvania. Sofia, Trakia-M, 2002.

3. Lyubcheva, M., Tz. Ivanov, D. Keremidchi-ev, Tz. Panchev. Inovaziite – predizvikelstvo pred biznosa ili naukata v Bulgaria. - Godishnik na Assen Zlatarov University, Burgas, Bulgaria т. XXXVII, кн. 1, 2008, s. 72 – 76.

4. Lyubcheva, M., Tz. Ivanov, D. Keremidchiev, Tz. Panchev. Oпит za identifizirane na iкономичесkia i inovacionen potencial v Burgski region. - Godishnik na Assen Zlatarov University Burgas, Bulgaria, т. XXXIX, кн. 2, 2010, s. 9-16.

5. Lyubcheva, M., Tz. Ivanov, D. Keremidchi-ev, Tz. Panchev. Izsledvane na naglasite na biznosa v Burgas po otnoshenie na inovaziite v obrazovaniето. - Godishnik na Assen Zlatarov University Burgas, т. XLII, кн. 2, 2013, s. 141-146.

6. Lyubcheva, M., Tz. Ivanov, D. Keremidchi-ev, Tz. Panchev. Izsledvane na nаglасite na biznesа v Burgas po otноshenie na inovaziite I strategiite za razvitie. - Godishnik na Assen Zlatarov University Burgas, т. XLI, кн. 2, 2012, с. 67-73.

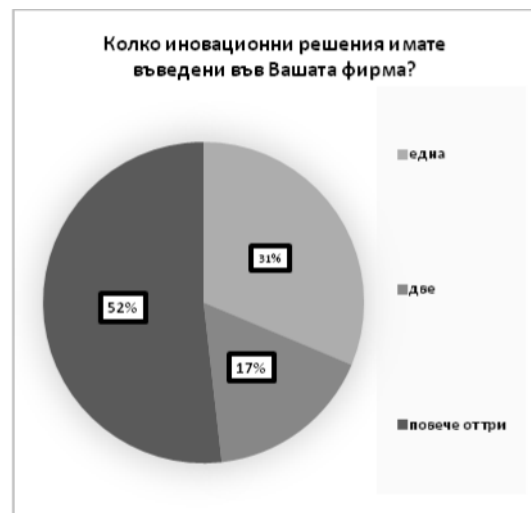
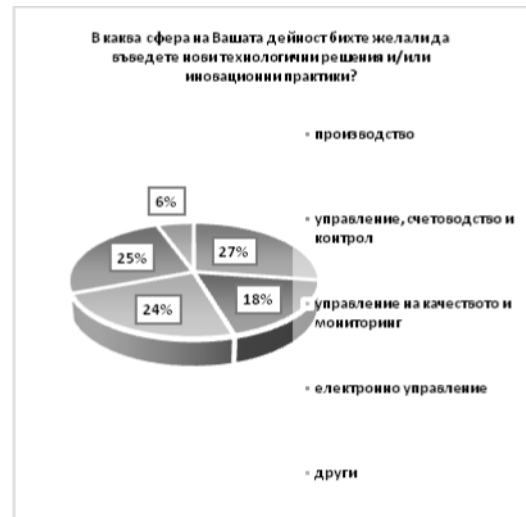
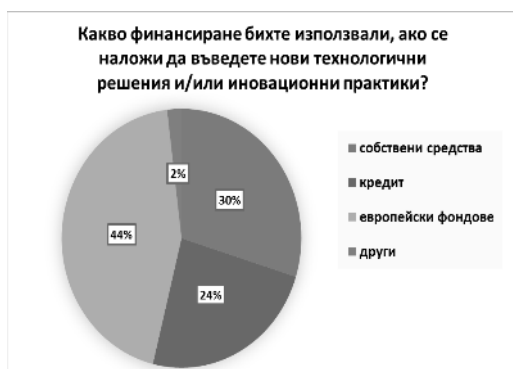
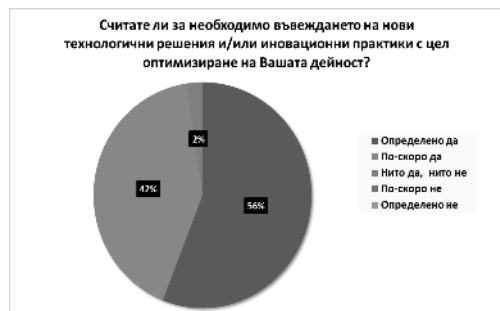
7. Technopolis [group] “Catalysing Innovation in the Knowledge Triangle, Practices from the EIT Knowledge and Innovation Communities”, Brussels, September, 2012.

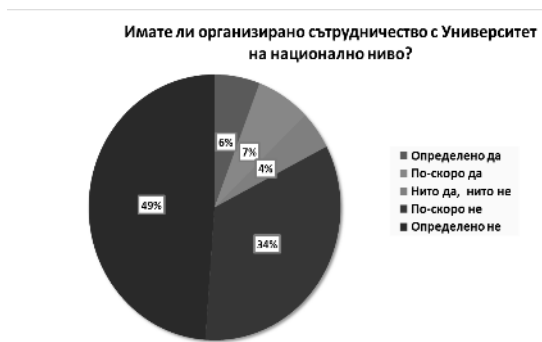
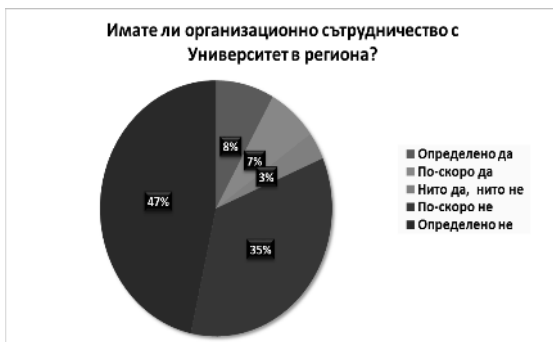
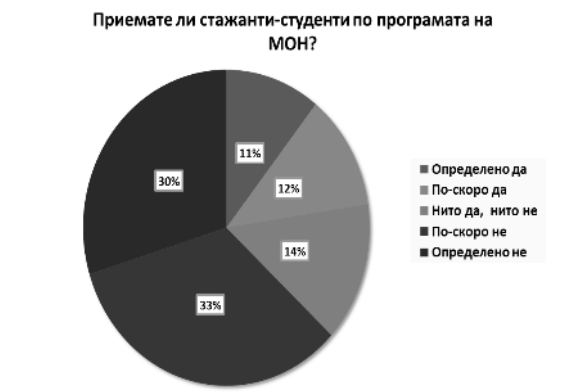
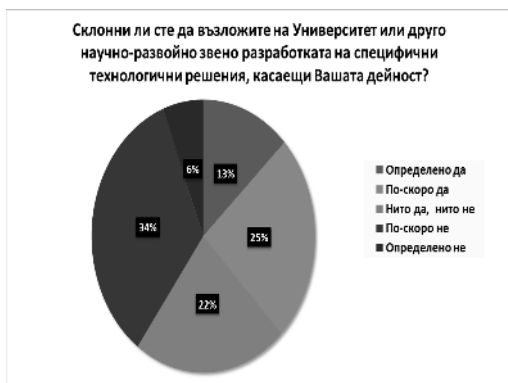
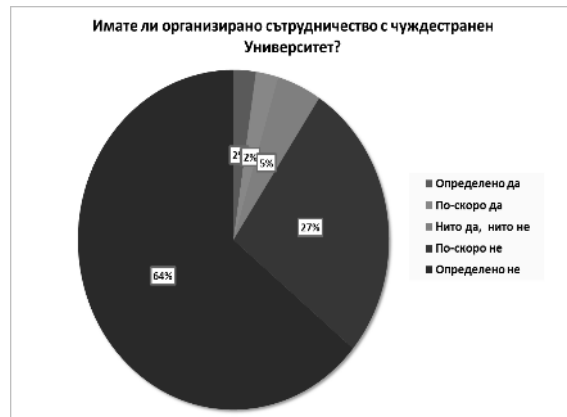
8. www.bcci.bg

9. www.bschamber.com

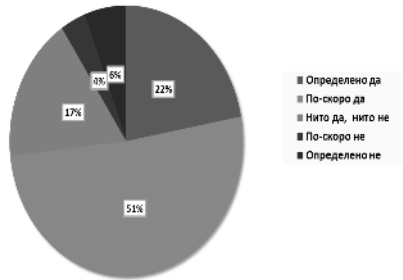
ПРИЛОЖЕНИЕ

ГРАФИЧНО ПРЕДСТАВЯНЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ АНКЕТНОТО ПРОУЧВАНЕ

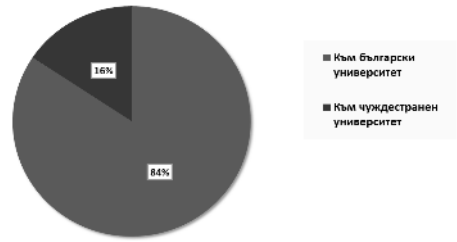




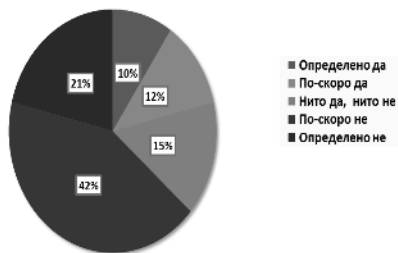
Как гледате на възможността за създаване на иновационни групи в университетите, които тематично са насочили научната си дейност в областта на дейност на Вашата фирма?



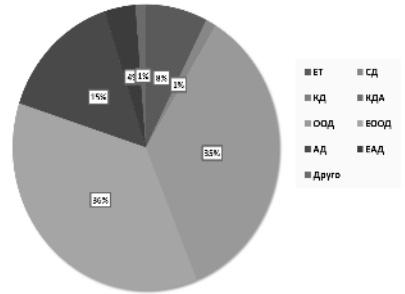
Ако трябва да изберете партньори за внедряване на иновационни практики, към български университет ли бихте се насочили, или към чуждестранен?



Следите ли научните конференции на университетите, които тематично са насочили научната си дейност в областта на дейност на Вашата фирма?



Анкетирана организация:



ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР – ПОГЛЕД ОТВЪТРЕ

Маруся Любчева, Цанко Иванов, Дончо Керемидчиев, Цветелин Панчев

CHALLENGES FACING THE TOURISM BRANCH: AN INSIDE VIEW

Marusya Lyubcheva, Tzanko Ivanov, Doncho Keremidchiev, Tzvetelin Panchev

E-mail: keremidchiev@abv.bg

ABSTRACT

The aim of this article is to summarize the results of a public discussion concerning the problems of tourism in Burgas region. It reports the results of a survey conducted using personal questionnaires with 72 representatives of the tourism business in Burgas region in April 2015. The survey was carried out by a team of students studying Tourism at the Faculty of Social Sciences of Prof. Dr Assen Zlatarov University, Burgas.

Key words: *personal questionnaires, problems, tourism, Burgas region, Prof. Dr Assen Zlatarov University, Burgas*

ВЪВЕДЕНИЕ

В условията на глобализация туристическият сектор заема сериозен дял в икономическото развитие на редица страни. Почти 10% от националния продукт се формират от приходи в туризма в неговите различни измерения. Особено в страни, разполагащи с достатъчно ресурси за развитие на туризма, процесът с неговото разширяване ще бъде продължен с нови модели, активни мрежи и комуникации. В малко по-тесен периметър, Европейската стратегия за развитие на туризма „Европа – туристическа дестинация №1” е предпоставка за всички страни членки в техните усилия за развитие на сектора, подчинен на общи принципи и процедури. Безспорно за целта е необходимо обезпечаване с висококвалифицирани кадри, които да осигуряват качество на услугата, както и интегриране с други отрасли, някои от които да осигуряват „тила” на сектора, други – за да разширят модуса, сезонността и неговата устойчивост. В този периметър се включва и морският туризъм, който все по-сигурно навлиза и на българска територия, превъзможвайки досегашното схващане за чисто „плажен” и неангажиран туризъм. Предизвикателствата са много, факторите, от които зависи реализирането на ”нов тип морски туризъм”, са изключително

разнообразни и комплексни. Върху някои от тях като конкуренция (вътрешна или външна), сезонност (колкото и на този етап да се удължава той), икономически кризи, може да се влияе сериозно чрез прилагане на различни външни инструменти, но те остават присъщи фактори. Върху други, като напр. климатичните промени, на този етап не може да се влияе; те се наблюдават и в съответствие с управлението на рисковете, могат да се контролират. Трети вид фактори като ресурсно обезпечаване, качество на предоставяне на услугата, интегративност и др., могат да се отнесат към т.н. управляеми фактори, и се отнасят към вътрешната организираност на сектора. Именно тези фактори трябва да се изследват, за да се оптимизират и да следи динамиката на процесите, с които са свързани.

Настоящото изследване е свързано именно с анализ на развитието на туристическия сектор в един от най-сериозно изявилите се в сектора на туризма регион на България – Бургаският. Освен външното наблюдение, което се използва често, за да се критикува секторът или да се оценяват неговите достойнства, важен е погледът отвътре, за да се идентифицират проблемите, които той сам или с помощта на определени институции може да реши. Известно е, че собствеността в сектора

на туризма е 100% частна, но от организационна и управленска гледна точка държавата и всички видове власти имат ясно изразени отговорности за създаване на среда за развитие на туристическия бизнес, поради факта, че туристи-ческият поток или поне част от него се докосва до всички зони на обществения живот. В проведеното анкетно проучване са включени различни въпроси, маркиращи генерални зони в сектора, които дават ясна картина по отношение на неговата безопасност, качество, перспектива, прогнозируемост и устойчивост от гледна точка на управляемите фактори.

В настоящата статия обобщаваме резултатите от проведено анкетно проучване, свързано с развитието на туризма в Бургаски регион. Отчитайки важността на сектора за развитието на икономиката, считаме за особено важно провеждането на обществено обсъждане по проблемите на туризма в различните му измерения – от подготовката на кадри до реализиране на качествени туристически пакети, от началото на всеки туристически сезон до неговото успешно приключване, а може би и една по-висока продължителност на сезона, което ще го направи по-ефективен и по-успешен.

Резултатите от изследването ще бъдат предложени за обществено обсъждане с оглед обезпечаване на нова среда за развитие на сектора и представени на заинтересованите организации, а различните институции ще бъдат информирани за мненията и препоръките, отправени към тях. Всички ние добре знаем, че набирането на фактологичен и емпиричен материал е сериозна задача и изпълнението ѝ със съответното качество е предпоставка за разрешаване на проблемите, които стоят пред всяка система, вкл. пред туристическия сектор.

Предоставяме на Вашето внимание резултатите от допитване, проведено чрез персонални анкети сред 72 представители на туристическия бизнес през месец април 2015 г. Проучването бе проведено от екип студенти от специалност „Туризмъ“ III курс при Факултета по обществени науки на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас.

Изследвайки развитието на туризма, извършихме писмено допитване с включени 35 въпроси, обхващащи различни страни от развитието на туристическия сектор, сред 72 различни видове търговци по смисъла на Търговския закон.

Обект на изследването е развитието на туризма в Бургаски регион.

Предмет на изследването е да обобщи резултатите от проведено обществено обсъждане на проблемите на туризма в различните му измерения в Бургаски регион.

Основна цел на изследването – проучване на мнението на представители на туристическия бизнес в Бургаска област по отношение на необходимостта и възможностите за развитието на туризма в региона.

Аналитичният модел на извадката, който е използван, е графичният. Резултатите са обработени на Excel 2013.

Използван е извадковият подход.

Методът за събиране на данните е дескриптивен.

Равнището на измерване е извършено с ординална скала.

ОБОБЩЕНИЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ АНКЕТНОТО ПРОУЧВАНЕ

Анкетираните са представители на туристическия бизнес в различни области на туристическия сектор: хотелиерство – 33 %, ресторантьорство – 45 %, туроператорство – 10 %, рекламна агенция – 5 %, и друго – 7 %.

Една от важните групи въпроси е свързана с обезпечаването на туристическия сектор с човешки ресурс. Човешкият ресурс е с най-висока тежест в общата многофакторна система на развитие на туризма. От качеството на работа на персонала зависи качеството на общата услуга, което изисква да се знае нивото на подготовка и квалификация. При непрекъснатото заявявания от страна на туристическия бизнес недостиг на квалифицирана работна ръка, изследването по-казва следното:

Специалистите с висше образование преобладават: те са между 20 и 50 % в 53 % от анкетираните организации, между 50 и 75% в 22%, под 10 % в 17%, и друг процент в 8 % от търговските дружества.

Специалистите с висше образование в анализираните организации са завършили утвърдени и авторитетни университети - Университет „Проф. д-р Ас. Златаров“ – Бургас – 27 %, Икономически университет – Варна – 22 %, БСУ – 18 %, СУ „Кл. Охридски“ – 8 %, УНСС – 10, ВСУ – 4 %, друг – 11 %.

Туристическият бизнес се нуждае от комплексно обслужване и много от позициите в сектора се заемат от специалисти с по-ниска

образователна степен – колежанска или средно професионално образование.

Специалистите с колежанско образование са завършили следните колежи: Колеж по туризъм (КТ) – Бургас – 52 %, КТ – Варна – 26 %, КТ – Добрич – 3 %, друг – 19 %.

Професионалните гимназии, които са завършили специалистите със средно професионално образование, работещи в анализирани организации, са: Професионалната гимназия по туризъм – Бургас – 49 %, Търговската гимназия – Бургас – 21 %, ПГИ „Раковски” – Ямбол – 12 %, ПГИ – Сливен – 9 %, ПГХТ – Сливен – 9 %, и др.

Независимо че образователната степен на специалистите носи определени знания, умения и компетентности, важно е да се оцени какво мислят управляващите сектора за това.

На въпроса „*Отговаря ли подготовката на специалистите с университетско образование на Вашите очаквания?*”, положителен отговор дават 73 % от респондентите (Определено да – 19 %, по-скоро да – 54 %), отрицателен – 9 % (по-скоро не – 8 %, определено не – 1 %) и 18 % не дават конкретен отговор.

На същия въпрос за специалистите с колежанско образование положителен отговор дават 71 % от респондентите (Определено да – 19 %, По-скоро да – 52 %), отрицателен – 8 % (По-скоро не – 6 %, Определено не – 2 %) и 21 % не дават определен отговор.

На същия въпрос за специалистите със средно професионално образование положителен отговор дават 76 % от респондентите (определено да – 24 %, по-скоро да – 52 %), отрицателен – 7 % (по-скоро не – 6 %, определено не – 1 %) и 17 % не дават точен отговор.

Показателна е еднаквостта, с която се дава оценка на нивото на полезно образование, което притежават заетите в сектора. Удовлетвореност в границите на 71-76 % би трябвало да се приеме като добра и обезпечаваща високо качество. Все пак трябва да се каже, че удовлетвореността от кадрите със средно професионално образование е по-висока – 76%.

Не особено благоприятна е ситуацията с приемането на ученици и студенти на стаж, независимо от факта, че за подобна дейност не се изисква собствено финансиране. Безплатната работна ръка в случая се оказва не особено желана.

На въпроса „*Приемате ли стажанти за обучение във Вашата фирма?*” – положите-

лен отговор дават 49 % от респондентите (определено да – 22 %, по-скоро да – 27 %), отрицателен – 41 % (по-скоро не – 33 %, определено не – 8 %) и 10 % не дават конкретен отговор.

Респондентите предпочитат да работят със стажанти от следните образователни степени: университет – 37 %, колеж – 16 %, професионална гимназия – 38 %, друго – 9 %.

От съществено значение за изследването е взаимодействието между туристическия сектор и държавата. По отношение на вниманието на държавата към туристическия сектор само 16 % от респондентите считат, че то е добро: (определено да – 0 %, по-скоро да – 16 %), останалите считат, че такова отсъства – отрицателен – 66 % (по-скоро не – 32 %, определено не – 34 %) и 16 % не дават конкретен отговор.

Категорично е мнението на анкетираните представители от туристическия бизнес, които одобряват създаването на самостоятелно министерство на туризма – положителен отговор дават 73 % от респондентите (определено да – 41 %, по-скоро да – 32 %), отрицателен – 11 % (по-скоро не – 7 %, определено не – 4 %) и 8 % не дават конкретен отговор.

Повечето запитани споделят, че Стратегията за развитие на туризма не допринася за развитието на тяхната организация – положителен отговор дават 29 % от респондентите (определено да – 10 %, по-скоро да – 19 %), отрицателен – 43 % (по-скоро не – 32 %, определено не – 11 %) и 28 % не дават конкретен отговор. Очевидно доверието в документи, изготвени на национално ниво, както и в националните институции, не е на високо ниво. По-специфично е отношението на анкетираните към морския туризъм.

По-голямата част от запитаните споделят, че не е достатъчно вниманието към морския туризъм – положителен отговор дават 30 % от респондентите (определено да – 4 %, по-скоро да – 26 %), отрицателен – 65 % (по-скоро не – 42 %, определено не – 13 %) и 11 % не дават конкретен отговор, но в същото време считат, че ако има разработена Национална морска стратегия, морският туризъм ще има по-сериозен успех – положителен отговор дават 68 % от респондентите (определено да – 49 %, по-скоро да – 19 %), отрицателен – 4 % (по-скоро не – 1 %, определено не – 3 %) и 4 % не дават конкретен отговор.

Туризмът, както всяка индустрия, има своите проблеми с околната среда. От една

страна, представителите на туризма считат, че чистотата на ОС е незадоволителна.

Положителен отговор дават само 17 % от респондентите (определено да – 8 %, по-скоро да – 9 %), отрицателен – 73 % (по-скоро не - 51 %, определено не – 22 %) и 10 % не дават конкретен отговор.

Представителите на морския бизнес отчитат и ролята на сектора в повишаване нивото на замърсяване; съгласни са с това 85 % от респондентите (определено да – 58 %, по-скоро да – 27 %), отрицателен – 4 % (по-скоро не - 3 %, определено не – 1 %) и 11 % не дават конкретен отговор.

Погледът отвътре в сектора е доста обезпокоителен по отношение качеството на обслужване. Анкетираниите считат, че качеството на обслужване в туризма у нас не е сравнимо с това в съседните ни страни - положителен отговор дават 19 % от респондентите (определено да – 6 %, по-скоро да – 13 %), отрицателен – 64 % (по-скоро не - 44 %, определено не – 20 %) и 17 % не дават конкретен отговор.

Изтъкват се следните причини за пониското качество: отсъства мотивация – 36 %, ниска квалификация на персонала – 31 %, недобро управление на човешките ресурси - 28 %, друго - 5 %. Тази оценка трябва да се приеме като знакова, защото не носи характера на някаква подправена статистика, пред която изпълнителите обикновено мълчат, за да не нарушат равновесието.

Повечето анкетирани представители на туристическия бизнес посочват, че не членуват в браншова туристическа структура – 68 %. Положителен отговор дават само 32 %. Резултатът от този отговор може да се свърже с това, че браншовите организации в сектора не играят онази мотивираща и подкрепяща роля, която се очаква от тях.

Това се потвърждава и от мнението на членуващите в браншова структура относно помощта ѝ - положителен отговор дават 37 % от респондентите (определено да – 7 %, по-скоро да – 30 %), отрицателен – 17 % (по-скоро не - 10 %, определено не – 7 %) и 46 % не дават конкретен отговор.

Представителите на сектора виждат подобряване на конкурентоспособността си в няколко насоки - по-добре подготвени специалисти – 34 %, насочване на европейски средства към туризма – 26 %, по-добро законодателство – 16 %, конкурентен пазар на специалисти – 17 %, друго – 7 %. На пръв поглед разнообразието на тези отговори изг-

лежда разконцентриране, но по същество това показва от какво всъщност се нуждае секторът. Самият той е достатъчно разнообразен и това предполага различни цели, нужди, потребности. При невъзможност за по-голямата част от сектора да отделя собствени средства за допълнителна подготовка и квалификация, повече от ясно е, че той се нуждае от подкрепа.

Повечето организации споделят, че не отделят средства за допълнително обучение на специалисти: положителен отговор дават 40 % от респондентите (определено да – 14 %, по-скоро да – 26 %), отрицателен – 49 % (по-скоро не - 38 %, определено не – 11 %) и 7 % не дават конкретен отговор.

Като причини за неотделянето на средства се посочват: сезонност и несигурност в ефективността – 49 %, недостатъчни финанси – 39 %, няма желаещи – 12 %.

В същото време представителите на туристическия бизнес не са достатъчно активни в търсенето и използването на други източници на финансиране. Преобладаващата част от анкетираниите представители на туристическия бизнес посочват, че не са участвали в проекти по Европейските структурни фондове: отрицателен отговор дават 79 %, а положителен - само 21 %.

Като причина за неучастието си респондентите посочват: липса на информация – 39 %, наложеното мнение, че печелят определени фирми – 38 %, липса на капацитет – 15 %, друго – 8 %.

От друга страна, повечето анкетирани посочват, че изразходването на средства по Европейските структурни фондове не е достатъчно ефективно: положителен отговор дават само 27 % от респондентите (определено да – 5 %, по-скоро да – 22 %), отрицателен – 39 % (по-скоро не - 29 %, определено не – 10 %), 17 % не дават конкретен отговор и 17 % посочват, че не разполагат с достатъчно информация.

Болшинството представители на туристическия бизнес не считат, че в новия програмен период има промяна: положителен отговор дават едва 19 % от респондентите (определено да – 3 %, по-скоро да – 16 %), отрицателен – 45 % (по-скоро не - 23 %, определено не – 22 %) и 36 % не дават конкретен отговор.

Проучването показва, че туристическият бизнес не е готов за участие с проекти по Европейските структурни фондове в новия програмен период: положителен отговор да-

ват 30 % от респондентите (определено да – 10 %, по-скоро да – 20 %), отрицателен – 57 % (по-скоро не - 31 %, определено не – 26 %) и 13 % не дават конкретен отговор. Този резултат е тревожен, защото не се вписва добре в Европейската стратегия за развитие на туризма, а не добре се съизмерва и с националната стратегия за развитие на туризма. Специално за морския туризъм има изградени политики, свързани с моретата и водните басейни – Интегрираната морска политика, целевите политики за Черноморския регион, програми за трансгранично сътрудничество. Непознаването на тези възможности стеснява периметъра на действие на сектора и ограничава усилията, които могат да го направят по-устойчив и по-малко зависим от рисковите фактори.

ИЗВОДИ

Направеното проучване води до формирането на следните основни изводи:

1. Туристическият сектор има потенциал, недостатъчно развит поради необезпеченост с квалифициран персонал, средства за допълнителна подготовка и квалификация. Ползването на кадри от държавната и общинска образователна система гарантира минимума, който задоволява по-голямата част от сектора, но не му гарантира качеството, което предлагат съседните туристически страни. Липсата на добро взаимодействие с образованието и науката е предизвикателство, чието преодоляване може да въведе иновации и нови технологии, с което да се повиши капацитетът му.

2. Държавните органи и институции не отделят достатъчно внимание на сектора чрез създаване на подходяща среда, в която той да се развива успешно. Недостатъчно е съдействието на браншовите структури в сектора. Факт е, че дори наличието на Стратегия за развитие на сектора не дава основание да се смята, че държавата отделя достатъчно внимание на туризма. Положителни са очакванията от създаването на самостоятелно министерство на туризма.

3. Преобладаващата част от анкетираните представители на туристическия бизнес посочват, че не са участвали в проекти по Европейските структурни фондове: отрицателен отговор дават 79 %. Като причина за неучастието си респондентите посочват: няма достатъчно информация – 39 %; зная, че печелят

определени фирми – 38 %, организацията няма капацитет – 15 %, друго – 8 %. Повечето анкетирани посочват, че изразходването на средства по Европейските структурни фондове не е достатъчно ефективно: положителен отговор дават само 27 % от респондентите.

4. Болшинството представители на туристическия бизнес не считат, че при новото правителство и в новия програмен период има промяна: положителен отговор дават едва 19 % от респондентите. Повечето анкетирани съобщават, че не са готови за участие с проекти по Европейските структурни фондове в новия програмен период: положителен отговор дават 30 % от запитаните.

5. Недостатъчното използване на ресурса на Структурните фондове чрез оперативните програми, както и програмите, директно оперирани от ЕК, може да се преодолее с информираност, допълнителна подготовка, подобряване на капацитета, вкл. на браншовите структури в сектора на туризма, както и чрез създаване на мрежи и консорциуми, с което туризмът може да се превърне във фокус и мотор за развитие на определени региони.

ПРЕПОРЪКИ

1. Тъй като анкетираните представители на туристическия бизнес посочват, че подготовката на специалисти като цяло отговаря на техните очаквания (с университетско образование - положителен отговор дават 73 % от респондентите, с колежанско образование - 71 %, за специалистите със средно професионално образование - 76 %.), има нужда от провеждане на проучване на конкретните потребности на потребителите към необходимите им специалисти и по-пълното им задоволяване.

2. Отчитайки, че по-малко от половината анкетирани представители на туристическия бизнес (49 %) посочват, че приемат стажанти за обучение в своята организация, препоръчваме в туристическата гилдия да се проведе разяснителна кампания по т.н. „Стажантски програми”.

3. Изхождайки, че анкетираните представители на туристическия бизнес от Бургаския регион считат, че вниманието към туризма от страна на държавата не е достатъчно – положителен отговор дават само 16 % от респондентите, присъединяваме се към 73 % от тях,

които категорично одобряват създаването на самостоятелно Министерство на туризма.

4. Споделяйки мнението на повечето запитани, че Стратегията за развитие на туризма не допринася за развитието на тяхната организация - положителен отговор дават само 29 % от респондентите, че не е достатъчно вниманието към морския туризъм - положителен отговор дават само 30 %, считаме, че ако има разработена Национална морска стратегия, морският туризъм ще има по-сериозен успех.

5. Съгласявайки се с мнението на анкетираните, които категорично считат, че туризмът влияе сериозно върху околната среда - положителен отговор дават 85 % от респондентите, и с тяхното мнение, че околната среда (чистота на водата и крайбрежието) не са на необходимото ниво - положителен отговор дават само 17 %, считаме, че е необходимо да се предприемат комплексни мерки за решаване на проблемите с опазване на околната среда по българското Черноморие.

6. Тъй като родните представители на туристическия бизнес в региона считат, че качеството на обслужване на туризма у нас не е сравнимо с това в съседните ни страни - положителен отговор дават само 19 % от респондентите поради следните причини: отсъства мотивация – 36 %, ниска квалификация на персонала – 31 %, недобро управление на човешките ресурси - 28 %, друго - 5 %, е необходимо, както посочихме в препоръка № 4, да бъде разработена Национална морска стратегия, в която да се набележат комплексни мероприятия за решаване на проблемите в морския туризъм.

7. Необходимо е браншовите структури в сферата на туризма да подпомагат осезаемо своите членове в работата им. Повечето анкетираните представители на туристическия бизнес посочват, че не членуват в браншова туристическа структура – 68 %. Положителен отговор дават само 32 %, от които само 37 % споделят, че това им помага в работата.

8. Необходимо е ръководители в туристическия бизнес в Бургаски регион да инвестират в обучението на човешките ресурси. На въпроса: „Какво би помогнало на Вашата организация да стане по-конкурентоспособна?“, анкетираните отговарят, че от ключово значение са по-добре подготвените специалисти – 34 %, но само 40 % от тях отделят средства за допълнително обу-

чение на персонала, като се оправдават със: сезонност и несигурност в ефективността – 49 %, недостатъчни финанси – 39 %, няма желанища – 12 %.

9. В една бъдеща Национална морска стратегия трябва да намери място обучение за работа с Европейските структурни фондове. Преобладаващата част от анкетираните представители на туристическия бизнес посочват, че не са участвали в проекти по Европейските структурни фондове: отрицателен отговор дават 79 %. Като причина за неучастието си респондентите посочват: няма достатъчно информация – 39 %; зная, че печелят определени фирми – 38 %, организацията няма капацитет – 15 %, друго – 8 %. Повечето анкетираните посочват, че изразходването на средства по Европейските структурни фондове не е достатъчно ефективно: положителен отговор дават само 27 % от респондентите. Болшинството представители на туристическия бизнес не считат, че при новото правителство и в новия програмен период има промяна: положителен отговор дават едва 19 % от респондентите. Повечето анкетираните съобщават, че не са готови за участие с проекти по Европейските структурни фондове в новия програмен период: положителен отговор дават 30 % от запитаните.

ЛИТЕРАТУРА

1. Желев, С. Маркетингови изследвания. София, Тракия-М, 2002.
2. Technopolis group “Catalysing Innovation in the Knowledge Triangle, Practices from the EIT Knowledge and Innovation Communities”, Brussels, September, 2012. 7. www.bcci.bg 8. 3. www.bschamber.com
4. <http://www.government.bg>
5. <http://www.tourism.government.bg>

REFERENCES

1. Zhelev S. Marketingovi izsledvania. Sofia, Trakia-M, 2002.
2. Technopolis group “Catalysing Innovation in the Knowledge Triangle, Practices from the EIT Knowledge and Innovation Communities”, Brussels, September, 2012. 7. www.bcci.bg 8. 3. www.bschamber.com
4. <http://www.government.bg>
5. <http://www.tourism.government.bg>

МЕТОДИЧНИ НАСОКИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ УПРАВЛЕНИЕТО НА ЗАПАСИТЕ В ПРЕРАБОТВАТЕЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стоянка Петкова-Георгиева, Сотир Богословов

METHODOLOGY FOR INVENTORY MANAGEMENT RESEARCH IN MANUFACTURING ENTERPRISES

Stoyanka Petkova-Georgieva, Sotir Bogoslovov

E-mail: s.bogoslovov@gmail.com

ABSTRACT

The paper presents a framework for inventory management research developed on the basis of a thorough literature review and revealed unstudied issues. The framework is built on the idea that appropriate inventory management is a prerequisite for the achievement of company goals. It includes a set of indicators aiming to reveal those parts of the inventory management process where attention should be focused so that appropriate optimization measures could be applied.

Key words: *inventory management, research framework, indicators*

ВЪВЕДЕНИЕ

Проследявайки развитието на теорията за управлението на запасите (УЗ), могат да се разграничат два периода. Първият от тях се характеризира със стремежа за минимизиране размера на запасите при производствените предприятия, като в най-екстремната си форма достига до концепцията за организация на производството при нулеви запаси. Основен измерител на ефективността на УЗ са разходите, свързани с тях. Въпреки това редица фактори, свързани с промени в пазарната среда, не позволяват да се постигне широко разпространено прилагане на подобни похвати за УЗ, заложен в системи като „Точно навреме“ (Just in time – JIT). Изследването на причините за това позволява да се определи новата роля на запасите във фирменото управление. Освен за осигуряване непрекъснатостта на производствения процес, във втория период чрез подходящо управление на запасите се търси повишаване на конкурентоспособността на предприятията. В този смисъл за определяне ефективността на УЗ е необходимо да се разработи методика, която да отразява ефекта от УЗ върху постигането на стратегическите цели и степента на конкурентоспособност на предприятията.

Актуалността на проблема се обуславя от пряката зависимост между способите за УЗ и резултатите от дейността на предприятията

[1]. Отношение имат и връзката между УЗ и останалите бизнес функции, както и степента на интегрираност на веригата на доставките на предприятието.

Настоящата статия представя разработена от авторите методика за изследване на управлението на запасите в преработвателните предприятия, която предстои да бъде апробирана чрез провеждането на анкетно проучване на методите за УЗ чрез специално разработен за целта въпросник.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Подходи и методи за изследване управлението на запасите

В изследванията, които проучват УЗ на преработвателните предприятия на национално ниво, се използват различни подходи. Leinonen [2] изследва развитието на използването на запаси във финландския производствен сектор. Проучването обхваща периода 1975-1991 г. и отбелязва значителен спад на количеството поддържани запаси спрямо продажбите. Изследването си поставя за цел да проследи развитието на поддържането на различни видове запаси (материали, полуготова и готова продукция) в разглеждания период. Като първична информация са използвани данни от Централната статистическа служба на Финландия. Значителното намаля-

ване на абсолютния обем на запасите въпреки двукратното повишение на произведената продукция през периода авторът отдава на навлизането на производствени методи като JIT и системи за управление на материалите като MRP, системи за интегрирано управление на производството CIM (Computer Integrated Manufacturing). Освен това повишаването на реалния лихвен процент и значителното повишение на разходите за работна ръка се определят като фактори, които правят поддържането на големи количества запаси неизгодно за преработвателните предприятия.

Проучване на запасите на национално ниво, което също обхваща дълъг времеви период, е проведено за гръцката преработвателна индустрия от Н. Louri [3]. Изследването обхваща периода 1958-1992 г., като специално внимание се отделя на промените в нивото на запасите, настъпили в следствие на присъединяването на страната към ЕС през 1981 г. Научният труд съдържа математически модел, чрез който се прави оценка на нивото на инвестирания капитал в запаси за всяка година от периода. Използват се данни от годишните отчети на гръцките преработвателни фирми, които се съхраняват в статистическата служба на Конфедерацията на гръцките индустрии. Изследват се запасите като цяло и разделени в две категории: а) материали и полуготова продукция; б) готова продукция. Причината за намаляването нивата на запасите се открива в настъпилата стабилност в следствие на присъединяването на страната към интегрирания пазар на ЕС и повишаването на икономическата стабилност.

Инвестициите в запаси при гръцките преработвателни предприятия са обект на изследване и в по-съвременно проучване, описано в доклад на Dimelis и Lyriotaki [4]. Трудът се определя от авторите му като надграждащ и допълващ предходни изследвания (по-конкретно - изследване на Нау и Louri[5]). Dimelis и Lyriotaki предлагат портфолио модел за изследване и инвестициите в запаси, в които особено внимание е отделено на ролята на финансовите променливи. Авторите си поставят за цел да открият съществуването (или липсата) на разлики при поддържането на запаси във връзка: а) със собствеността на фирмите (с гръцка собственост / със смесена или чужда собственост; б) с размера на фирмите. В модела са използвани данни от годишните доклади на 2765 предприятия, 170 от които с чужда или смесена собственост, и

1776 с над 50 души персонал. В резултат на проучването се потвърждава емпирично, че колкото е по-голямо предприятието и колкото е по-голямо участието на чужд капитал, толкова е по-малък размерът на поддържаните запаси за осигуряването на единица продажби. Авторите отдават този факт на възможностите за постигане на икономии от мащаба и за използване на по-усъвършенствани технологични и административни практики в предприятията с чужд капитал.

I. Sangalli провежда изследване [6] на нивото на инвестиции в запаси при италианските преработвателни предприятия. Данните, които авторката използва, са за периода 1991-2009 г. и са набавени чрез базата данни за корпоративни клиенти на изследователския център на Интеза Саопаоло. Изследването отделя специално внимание на настъпилите промени в съотношението продажби/ инвестиции в запаси във връзка с двете включени в изследвания период рецесии в италианската икономика – в началото на 90-те години и в периода 2008-2009 г. Използваният в емпиричното тестване модел представлява вариант на модела на Lovell. В резултат на изследването се потвърждава хипотезата, че финансовите ограничителни условия влияят негативно върху инвестициите в запаси. Тества се и силата на зависимостта между деинвестирането в запаси и настъпването на икономическа рецесия.

Проучване, което обвързва обема и структурата на запасите в преработвателни предприятия на национално ниво с качеството на обслужването, е проведено от Kisperska-Mogon [7]. Изследването си поставя за цел да проучи запасите, от една страна, като източник на конкурентно предимство поради възможността им да осигурят по-високи нива на обслужване, и от друга страна, като генератор на разходите. Докладът се базира върху данни, събрани чрез проучване сред извадка от полски преработвателни предприятия. Изследването разглежда различните аспекти и критерии за постигане на високо ниво на клиентско обслужване, след което се фокусира върху нивата на запасите и времето за доставка като фактор на конкурентоспособността. Авторът не предлага конкретни хипотези за взаимовръзката между нивата и структурата на запасите и нивото на клиентско обслужване с аргумента, че съвременната научна литература съдържа достатъчно такива. Направен е анализ на недостатъците на управлен-

ските методи на полските предприятия, които им пречат да достигнат високо ниво на обслужване.

В друго свое изследване [8] същият автор разглежда подходите за вземане на решения, свързани с УЗ, в полските преработвателни предприятия. Във връзка с това авторът анализира степента, до която среднестатистическото предприятие в страната е готово да премине към верига на доставките със система на изтегляне. Данните, върху които се основава анализът, са от два източника: а) анкетно проучване по примера на Global Manufacturing Research Group Survey, проведено през 1992-93, 1996 и 2000 г.; б) въпросник, съставен и разпространен от автора сред произволно избрани полски преработвателни предприятия. В резултат на проведеня анализ на данните авторът прави заключения относно времето и усилията, които се влагат в УЗ в полските предприятия, и ги сравнява с подобни показатели в западния преработвателен сектор. Освен това се извеждат основните фактори, които влияят върху качеството на вземаните решения, от които най-голямо значение има образователният профил на управляващите запасите. Изследва се също така управленското ниво, на което се вземат решения, свързани със запасите. Във връзка с това се търси степента на обвързаност на УЗ и стратегическото управление на преработвателните предприятия.

Oke и Szwajcowski [9] изследват връзката между нивата на запасите в предприятия във Великобритания и фактори, които включват време за набавяне на запасите, време за доставка на стоката на клиентите, време за производство и степен на предвидимост на възможността за снабдяване със суровини и нивата на клиентско търсене. Проучването използва данни, набавени от преработвателни предприятия в различни сектори, сред които машиностроене, хранително-вкусова промишленост, производство на домашни потреби, електроника и др. Информацията е набрана чрез структуриран въпросник. Данните са обработени статистически и са анализирани от авторите, като резултатите са структурирани в две групи: „предварителен анализ“ и „резултати от анализа“. Във всяка от тези групи изводите са групирани в подгрупи според отношението на факторите към веригата на доставките. Като свой основен научен принос авторите на изследването определят изводите, които правят относно факторите с

най-голяма тежест при вземане на мениджърски решения за оптимален размер на запаса.

В друго свое изследване [10] А. Оке разглежда натрупването на запаси като една от възможностите за изпълнение на поръчки от преработвателните предприятия във Великобритания. Според автора засилената конкуренция, характерна за съвременните икономически условия, налага предприятията да търсят иновативни начини за оцеляване. Докладът се фокусира върху използването на регулиране нивата на запасите и подобряване гъвкавостта на производството като стратегически инструменти за повишаване конкурентоспособността и сравнява двата подхода. Също така се изследва степента, в която комбинирането им има реален положителен ефект върху стопанските резултати на предприятията. Емпиричните данни, върху които се основават изводите на изследването, са набрани чрез комбинация от анкетно проучване и казуси. Според автора, въпреки че привидно двата подхода представляват алтернативни методи за справяне с колебанията в търсенето, съществуват значителни разлики между условията, в които всеки от тях може успешно да се приложи. Освен това, в някои случаи, анализирани в доклада, двата подхода могат да се допълват.

По-различен подход към ефекта от УЗ е демонстриран в доклад [11] на Steinker и Hoberg. На база анализ на емпирични данни авторите разглеждат взаимовръзката между промените в нивата на запасите и дългосрочната възвращаемост на ценните книжа на големи преработвателни предприятия в САЩ. Проучването обхваща периода 1991-2010 г. Авторите прилагат два метода за измерване флукуациите на нивото на запасите: сравняват се, от една страна, абсолютното количество на запасите на тримесечна база за откриване на тенденции на сезонност, а от друга страна се сравняват годишните стойности с цел отбелязване на аномално нарастване. В резултатите от изследването се посочва, че предприятията с висока стойност на промени на запасите на тримесечна база и ниска годишна вариация имат най-добра норма на възвращаемост на акциите в дългосрочен план. Докладът не съдържа информация относно причините, поради които промените в запасите водят до изменение на възвращаемостта на акциите. Авторите са на мнение, че оптимизирането на УЗ е обвързано с по-добър

краен резултат от дейността на предприятията.

Във връзка с направения преглед на съществуващите изследвания на УЗ в преработвателните предприятия, могат да се формулират следните изводи:

1. Теоретичната постановка, че подходящото УЗ има отношение към конкурентоспособността на предприятията и техния финансов резултат, намира приложение в научните трудове. Въпреки това се констатира, че на практика УЗ е бизнес функция, която в много случаи не се приема за стратегическа и затова потенциалният положителен ефект от нея остава нереализиран.

2. Броят на изследванията, които проучват УЗ на ниво национална икономика, е силно ограничен. Освен това, голяма част от тях се основават на данни за предприятията, получени от източници, различни от целенасочено изготвен въпросник. Набирането на първична информация от стопански камари и вътрешни отчети за дейността на предприятията има своите предимства, изразяващи се най-вече в лесен достъп до данни за голям брой стопански организации. Въпреки това обаче, този подход лишава изследователите от възможността да се сдобият с информация за УЗ в неговата цялост и да се проучат всички аспекти на процеса.

3. Липсват изследвания на състоянието на УЗ в българските преработвателни предприятия. Поради тази причина е трудно да се направи оценка на използването на „добри практики“, компютъризирани системи за УЗ, степента на интегрираност във веригата на доставките, както и управленското равнище, на което е поставена тази бизнес функция. Като следствие от това не могат да бъдат формулирани препоръки за подобряване на УЗ, чието значение за цялостния резултат от дейността на предприятията вече беше доказано.

Тези непроучени по литературни данни области, както и очертаната необходимост от разкриването на подходите за УЗ в България, обосноваха провеждането на настоящото изследване, което да допълва разкритата ситуация в научен и практически план с оценка на целите и методите за УЗ в българската практика и доказване на връзката на УЗ с различни аспекти на резултатите от дейността. Специално за тази цел е разширена методиката за измерване ефекта от УЗ, която се разглежда в следващата част от изложението.

2. Концептуална рамка за изследване управлението на запасите

Изследването включва проучване на методите, подходите и практиките, използвани в преработвателните предприятия за УЗ от материали, части, готова и полуготова продукция. Ограничението относно видовете предприятия е въведено поради ред причини, сред които: на първо място, спецификата на видовете поддържани запаси в предприятията, занимаващи се основно с дейност с добивен и земеделски характер, както и с извършване на услуги, дейностите по УЗ и целите на управлението им се различават значително от тези в преработвателните предприятия. Като следствие от тези особености и след проучване на съществуващи трудове, изучаващи УЗ, се установи, че настоящото изследване може да изпълни поставените си цели и да обхване изучавания проблем в дълбочина при въвеждане на ограничение за видовете изучавани предприятия. Освен това, характерно за преработвателните предприятия е, че обикновено разполагат с голям обем запаси като процент от активите си, което позволява постигането на значителни ползи от оптимизацията на управлението им [12].

С цел изследване на УЗ е необходимо да се разработи рамка, която да включва различните аспекти на дейността и ефектът от нея върху фирмения резултат. Във връзка с многоаспектността на УЗ възниква проблема за избора на система от показатели, които да дадат точна оценка на състоянието на проблема към момента. В следствие на задълбочено проучване на теоретичните постановки, свързани с УЗ, както и на съществуващите емпирични изследвания, се стигна до изготвянето на концептуална рамка за оценка на изследване ефективността на УЗ в преработвателните предприятия, отразена на фиг. 1. Подходът за изследване на УЗ го разглежда в три аспекта: фактори на средата, принципи при УЗ и тенденции, влияещи върху запасите. Първият е свързан с факторите на средата и целите на УЗ. Във връзка с това се изследват конкретните способности, които предприятията използват, за да определят ключови количествени характеристики на запасите, като резултатите се обвързват с типа на производството. На последно място се изследва организацията на УЗ. Вторият аспект (принципи и подходи за УЗ) е свързан както със степента на внедряване на системи за управление на запасите, така и с връзката между

фирменото управление и УЗ и конкретни мерки за УЗ. Третият аспект – тенденциите, влияещи върху УЗ, представява изследване на външните и вътрешните бизнес фактори, които имат отражение върху УЗ.

В търсене на връзката между прилаганите принципи и подходи за УЗ и резултатите от фирмената дейност, последната е разгледана в три аспекта: резултати от УЗ, конкурентоспособност и пазарно-финансови резултати.



Фиг. 1. Концептуална рамка за оценка ефективността на УЗ

За характеризирание аспектите на УЗ са разработени 18 показателя. Първите десет от тях засягат вътрешната среда, в която протича процесът по УЗ, както и отношението на управленския колектив към тази дейност. Седем показателя са разработени с цел получаване на информация относно използваните подходи и принципи при УЗ, а един показател засяга бизнес тенденциите, влияещи върху запасите (както вътрешни за фирмата, така и външни). *Всеки един от тези показатели включва съвкупност от подпоказатели*, които позволяват да се оценят различни аспекти на измерването с него съдържание. Тук е представено описание на характеристиките на УЗ, измерени посредством тези показатели.

А. Изследване на средата на УЗ

При изследване на УЗ на ниво предприятие е необходимо да се получи представа за средата в организационен контекст, в която то протича. За целта този аспект се разглежда в четири измерения, които включват: обслужване на клиентите; прогнозиране и планиране

на производството; снабдяване и организационно структуриране на управлението на запасите.

Измерението „Обслужване на клиентите“ съдържа следните два показателя:

А1. Срочност на изпълнението на поръчките на клиентите

При изследване на връзката между запасите и постигнатото ниво на клиентско обслужване основен фактор представлява срочността на изпълнение и спазването на зададените срокове. Този показател е включен с цел изграждане на обща представа за процентното съотношение между по-рано изпълнените, навреме изпълнените и закъснените поръчки. Стремеж на всяко предприятие следва да бъде намаляването на изпълнените със закъснение поръчки, но не бива да се пренебрегва ефектът и на тези, които биват изпълнени преди изтичане на договорения срок като възможен генератор на допълнителни разходи за поддържане на запаси при клиента.

А2. Причини за закъснение на поръчките

Този показател обвързва срочността на изпълнение на поръчките с причините за отклоненията от договорените срокове. Подпоказателите са структурирани така, че да включват както причини, свързани с наличността на запаси (готова продукция/материали), така и други фактори, включващи недостиг (на трудови ресурси/на материали), грешки (в производствените графици/в управлението на доставките), повреди в оборудването и проблеми в качеството.

Измерението „Прогнозиране и планиране на производството“ включва:

А3. Използвани методи за прогнозиране на продажбите

Този показател дава представа за нивото на научна обосновааност на прогнозите за търсенето на продукцията на предприятието. Освен това, различните методи дават възможност за прогнозиране в различен времеви хоризонт, което влияе върху управлението на запасите, като позволява възползване от ценови и валутни флукуации и промени в пазарните условия.

А4. Честота на актуализиране на прогнозите за търсенето

Показателят дава оценка за периода, през който предприятието ревизира прогнозите за търсенето. Високата честота на актуализиране дава възможност за получаване на по-точна преценка за промените в пазарните условия, но ангажира ресурси. По-ниската

позволява по-дългосрочно планиране и последователност в управлението на запасите, но може да намали степента нивото на клиентско обслужване поради по-слабата връзка между търсене и предлагане.

А5. Фактори, отчитани при разработване на производствения план

Чрез този показател се цели изследване на значението на различни външни и вътрешни фактори при определяне на производствените планове. Освен разделянето на включените фактори на външни и вътрешни за фирмата, те могат да се обособят в отделни групи и като основаващи се на предходен опит и базирани на текущи и бъдещи прогнози. Теоретически оптимален е балансираният подход при изготвянето на производствения план.

А6. Честота на актуализиране на производствения план

Подобно на показател А4, този показател оценява количествено честотата на актуализиране на производствения план в рамките на плановия период. Показател А6 е смислово и логически обвързан с показател А4, тъй като обновяването на прогнозата за търсенето би следвало да води до промени в производствения план с цел запазване или повишаване нивото на обслужване. Освен това, показатели А5 и А6, в комбинация помежду си, позволяват да се изгради представа за метода на производствено планиране, като го характеризират качествено (А5) и количествено (А6).

А7. Фактори, водещи до промяна в производствения график след започване на работа по дадена поръчка

Показателят е формулиран така, че да оцени степента на точност и ефективността на планирането на производството. Подпоказателите, включени в този показател, касаят външни фактори, т.е. оценка на точността на прогнозите за търсенето, и вътрешни фактори, които позволяват да се анализира адекватността на производствените планове. Освен това, подпоказателите са достатъчно конкретни, за да позволят откриване на функционалните звена, които са източник на на-чести промени на производствения план.

Измерението „Снабдяване“ включва:

А8. Политики на поръчване на материали

Показателят включва десет от най-често използваните политики за определяне на размера и интервала на поръчките за снабдяване на предприятието с материали за производството. Подпоказателите дават възможност на отговарящите да отбележат степента, до коя-

то използват всяка от политиките, като те варират от напълно субективни (лична преценка) до класически, базирани на теоретични методи (АВС метод, мини-макс система). Показателят е първи от група от три показателя, целящи оценяване на ефективността на снабдяването.

А9. Честота на използване на количествени аналитични методи при управлението на запасите от материали

Показателят изследва степента на вземане на количествено-аналитични обосновани решения при снабдяването на предприятията с необходимите за производството ресурси. Проблемът се изследва в два аспекта: (а) начин на определяне на размера на поръчката; б) времето за даване на поръчки към доставчиците. Цел на показателя е да даде представа за степента на научна обоснованост на решенията за размер и момент на поръчване в изследваните предприятия.

А10. Срочност за изпълнение на поръчките от доставчиците

Показателят изследва ефективността на използваните при снабдяването методи за поръчване. Чрез изследване на процентното съотношение между изпълнените по-рано, навреме и със закъснение поръчки ефективността на снабдяването може да се обвърже с посочените методи и методи в показатели А8 и А9.

Измерението „Организационно структуриране на управлението на запасите“ включва един показател (А11), чрез който проучва в кои фирмени звена се вземат решения за управлението на различните видове запаси (суровини и материали, незавършено производство, готова продукция). Цел на показателя е да се получи представа за степента на интегрираност на УЗ с бизнес функциите на предприятието.

Б. Принципи и подходи при УЗ

Б1. Софтуерна обезпеченост на УЗ

Показателят цели разкриване нивото на софтуерна обезпеченост на различни функции, свързани с УЗ, които са категоризирани в 9 подпоказателя. Получената в резултат на това информация позволява да се оцени до колко ръководството приема за важно УЗ и склонността му да инвестира в автоматизация. Освен това, използването на софтуер дава възможност за прилагане на количествени аналитични методи за оценка на ефективността на дейностите. Показателят позволява да се направят изводи относно степента, в

която ръководството счита за възможно постигането на ползи от инвестиции в софтуер за всяка дейност.

Б2. Съвременни системи за УЗ

Чрез показателя респондентите дават информация относно степента, в която бизнес организацията е инвестирала ресурси (време, пари и/или човешки капитал) в прилагането на една или няколко от световно утвърдените системи за УЗ.

Б3. Роля на УЗ във фирменото управление

В рамките на 10 подпоказателя са формулирани основните възможни взаимовръзки между УЗ и фирменото управление. Цел на показателя е да се получи представа за степента, в която управлението на фирмата вижда УЗ като способ за постигане на целите си. Освен това, могат да се направят изводи относно областите, в които УЗ има най-голям принос за постигане на фирмените цели.

Б4. УЗ във веригата на доставките

Показателят дава възможност да се оцени степента на интегрираност между участниците във веригата на доставките, като за отправна точка се приема бизнес организацията. Шестте подпоказателя описват различни аспекти на взаимодействие между участниците във веригата на доставките, свързани с УЗ. Всеки от подпоказателите бива оценен, от една страна, по отношение на връзката на предприятието с доставчиците му, и от друга - с клиентите му. Така се получава представа за усилията, които полага предприятието за оптимизиране на УЗ чрез търсене на синхронизация с доставчици/клиенти.

Б5. Фокус при УЗ

Показателят дава информация относно типа запаси, чието управление е обект на най-засилено внимание: запаси в снабдяването, в производствения процес или в дистрибуцията. Той дава възможност да се направят изводи относно типа запаси, чието влияние за постигане на фирмените цели е най-силно.

Б6. Анализ за състоянието на запасите

Показателят дава информация относно честотата на извършване на независими анализи за оценка състоянието на запасите.

В. Тенденции, влияещи върху запасите.

В1. Тенденции, влияещи върху запасите

За оценка степента, в която вътрешните и външни тенденции влияят върху УЗ, е разработен един показател, включващ 9 подпоказателя. Информацията ще бъде използвана, за да се обвържат данните за използваните подходи за УЗ с причините за използването им.

Търсенето на връзки между УЗ и резултатите от фирмената дейност се извършва в три основни направления: резултати от УЗ (чрез изследване изменението на обема на запасите спрямо приходите от продажби); ниво на конкурентоспособност (чрез изследване позицията на фирмата спрямо нейните конкуренти по отношение на цена, качество, бързина, надеждност на доставките, гъвкавост и сервиз); пазарно-финансови резултати (чрез изследване изменението през последните 3 години на показатели като пазарен дял, печалба и рентабилност на активите).

3. Методи за набиране и анализ на данните

Изследването на управлението на запасите се извършва посредством въпросник, структуриран в 5 части. Въпросите са формулирани така, че да бъдат ,от една страна, ясни и лесно разбираеми за респондентите, а от друга да позволяват компютърен анализ на резултатите. За тази цел в повечето въпроси се изисква отбелязване на стойност по ординална скала (от 1 до 5), което съответства на степен на съгласие с дадено твърдение или изменение в показател. Включени са и известен брой въпроси, изискващи посочването на процентно съотношение между величини (напр. видове запаси).

Освен да бъдат подходящи за обработка чрез компютърен софтуер, въпросите са разработени така, че да позволяват изследването да се провежда периодично, както и в различни държави. Това условие бе от изключителна важност, тъй като се наблюдава остра липса на съпоставимост между съществуващите изследвания на УЗ в световен мащаб.

Анализът на данните ще се извърши посредством използването на компютърен софтуер за статистически анализ с оглед извеждане на едномерни разпределения на изследваните показатели и подпоказатели, а също и за проучване на връзки и зависимости между УЗ и резултатите от фирмената дейност чрез използването на коефициента на корелация на ранговете и t-теста за оценка на разлики между средни величини. Във връзка с това ключов елемент на предложената методика за изследване УЗ е намирането на способ за придаване на числов израз на неметрираните признаци на УЗ чрез разработените показатели.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представената методологична рамка за изследване УЗ позволява да се изследват две

основни направления: методите и подходите, използвани при УЗ, и отношението на мениджърите към този актив. Обвързването на УЗ с резултатите от фирмената дейност ще позволи да се търсят зависимости и по този начин да се тества хипотезата, че УЗ има влияние върху фирмените резултати.

Методологията за изследване УЗ е разработена така, че да бъде универсално приложима. Това позволява изследването да бъде проведено както на национално, така и на международно ниво. Освен това, използвайки основната идея на методологията, въпросникът лесно може да бъде модифициран така, че да обхване различни сектори на икономиката или да се конкретизира за използване в даден бранш.

Предстои разпространението на въпросника сред мениджъри на производствени предприятия и тестване на заложените в методологията постановки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Милев, Н., Р. Милева. Ефективни подходи за вземане на управленски решения при инвестиционни проекти. - *Годишник на университет "Проф. д-р Асен Златаров"* - Бургас, 2015, т. 2.
2. Leinonen, J. A study of inventories in Finnish manufacturing industry. *Int. J. Production Economics* 35 (1994) 29-32
3. Louri, H. Inventory investment in Greek manufacturing industry: Effects from participation in the European market. *Int. J. Production Economics* 45 (1996) 47-54
4. Dimelis, S., M. Lyriotaki. Inventory investment and foreign ownership in Greek manufacturing firms. *Int. J. Production Economics* 108 (2007) 8-14
5. Hay, D.A., Louri, H., 1989. Firms as portfolios: A mean-variance analysis of unquoted UK companies. *Journal of Industrial Economics* 38, 141-165.
6. Sangalli, I. Inventory investment and financial constraints in the Italian manufacturing industry: A panel data GMM approach. *Research in Economics* 67 (2013) 157-178.
7. Kisperska-Moron, D. Inventories and customer service in Polish manufacturing companies. *Int. J. of Production Economics* 45 (1996) 147-157
8. Kisperska-Moron, D. Responsibilities for inventory decisions in Polish manufacturing companies. *Int. J. Production Economics* 81-82 (2003) 129-139
9. Oke, A., M. Szwajkowski. The relationship between UK manufacturers' inventory levels and supply, internal and market factors. *Int. J. Production Economics* 93-94 (2005) 151-160
10. Oke, A. You may not use inventory levels to fill orders if...: Evidence from a survey of UK manufacturing plants. *Int. J. Production Economics* 81-82 (2003) 85-94

11. Steinker, S., K. Hoberg. The impact of inventory dynamics on long-term stock returns – An empirical investigation of U.S. manufacturing companies. *J. of Operations Management* 31 (2013) 250-261

12. Петкова-Георгиева, Ст., С. Богословов. Инвентаризационен мениджмънт на складовите наличности. Базов модел за икономически ефективен обем на поръчката. - *Годишник на университет "Проф. д-р Асен Златаров"* - Бургас, 2013, т. XLII (2). 186-192

REFERENCES

1. Milev, N., R. Mileva. Efektivni podhodi za vzemane na upravleniski resheniya pri investicionni proekti. - *Godishnik na universitet "Prof. d-r Asen Zlatarov"*, 2015, т.2.
2. Leinonen, J. A study of inventories in Finnish manufacturing industry. *Int. J. Production Economics* 35 (1994) 29-32
3. Louri, H. Inventory investment in Greek manufacturing industry: Effects from participation in the European market. *Int. J. Production Economics* 45 (1996) 47-54
4. Dimelis, S., M. Lyriotaki. Inventory investment and foreign ownership in Greek manufacturing firms. *Int. J. Production Economics* 108 (2007) 8-14
5. Hay, D.A., Louri, H., 1989. Firms as portfolios: A mean-variance analysis of unquoted UK companies. *Journal of Industrial Economics* 38, 141-165.
6. Sangalli, I. Inventory investment and financial constraints in the Italian manufacturing industry: A panel data GMM approach. *Research in Economics* 67 (2013) 157-178.
7. Kisperska-Moron, D. Inventories and customer service in Polish manufacturing companies. *Int. J. of Production Economics* 45 (1996) 147-157
8. Kisperska-Moron, D. Responsibilities for inventory decisions in Polish manufacturing companies. *Int. J. Production Economics* 81-82 (2003) 129-139
9. Oke, A., M. Szwajkowski. The relationship between UK manufacturers' inventory levels and supply, internal and market factors. *Int. J. Production Economics* 93-94 (2005) 151-160
10. Oke, A. You may not use inventory levels to fill orders if...: Evidence from a survey of UK manufacturing plants. *Int. J. Production Economics* 81-82 (2003) 85-94
11. Steinker, S., K. Hoberg. The impact of inventory dynamics on long-term stock returns – An empirical investigation of U.S. manufacturing companies. *J. of Operations Management* 31 (2013) 250-261
12. Petkova-Georgieva, St., S. Bogoslovov. Inventarizacionen menidzhmant na skladovite nalichnosti. Bazov model za ikonomicheski efektiven obem na porachkata. - *Godishnik na universitet "Prof. d-r Asen Zlatarov"*, 2013.

ОТКАЗ НА КМЕТА НА ОБЩИНАТА ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА КАТЕГОРИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ОБЕКТ

Константин Григоров*

DENIAL OF THE MAYOR OF THE MUNICIPALITY TO DETERMINE THE CATEGORY OF THE TOURISTIC FACILITY

Konstantin Grigorov*
Burgas
E-mail: kagrigorov@gmail.com

ABSTRACT

The goal of this study is to outline the grounds for refusal to assign the category of a tourist facility by the mayor of the municipality. In this connection, the research outlines the laws and regulations that govern categorization of tourist facilities. We have further elaborated on the competence of the mayor to assign such category. The administrative process of reviewing the application thereto is elucidated. The grounds for refusal to assign a particular category as well as the grounds for appeal of such a refusal have also been covered.

Key words: *tourist facility, category, mayor, refusal, appeal*

НОРМАТИВНА УРЕДБА

Обществените отношения във връзка с определяне категория на туристическите обекти са предмет на нормативна уредба в Закона за туризма (ЗТ, обн., ДВ, бр.30 от 26.03.2013 г., в сила от 26.03.2013 г.) и Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията (Наредбата, приета с ПМС №217 от 17.08.2015г., обн., ДВ, бр.65 от 25.08.2015г.).

В ЗТ категоризацията на туристическите обекти е уредена в глава VIII, раздел II „Категоризиране на места за настаняване и прилежащи към тях заведения за хранене и развлечения, самостоятелни заведения за хранене и развлечения, туристически хижи и прилежащите към тях заведения за хранене“. В раздела, в рамките на разпоредбите от чл. 119 до чл. 137, законодателят императивно е посочил видовете туристическите обекти, които подлежат на категоризиране, и е отграничил случаите, в които туристическите обекти не подлежат на категоризация по реда на ЗТ (чл. 120).

На следващо място, законът посочва видовете категории за местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и органите, които са компетентни да ги определят. Описана е процедурата по заявяване, разглеждане и определяне на категория, и е указана възможността за обжалване на актовете, издавани в хода на процедурата или при нейното приключване.

Съгласно чл. 121, ал. 5 от ЗТ, изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и редът за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране действието и прекратяване на определената им категория, се определят с наредба, приета от Министерския съвет. (1).

Конкретните разпоредби относно реда за определяне на категория и отказ се намират в глава IV, раздел I „Ред за определяне на категория. Отказ“. В тази част, от чл. 16 до чл. 26, Наредбата на първо място посочва органите, в чиято компетентност е възложено определянето на категория за туристическите обекти, а след това проследява процедурата по заявяване необходимите документи и случаите, в които органът постановява отказ.

КОМПЕТЕНТНОСТ НА КМЕТА НА ОБЩИНАТА ПО КАТЕГОРИЗИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ОБЕКТИ

Съгласно чл. 16, ал. 1 от Наредбата, определянето на категорията на туристическите обекти се извършва от министъра на туризма по предложение на Експертната комисия по категоризация и сертификация на туристически обекти (ЕККСТО) или от кмета на общината по местонахождението на обекта по предложение на съответната Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕККТО). Правомощията на кмета на общината по определяне на категория се намират в чл. 128 от ЗТ и чл. 16, ал. 3 от Наредбата.

Кметът на общината или оправомощено от него длъжностно лице по предложение на ОЕККТО определя категорията на:

1. Местата за настаняване, както следва:

а) хотели – категория „една звезда“ и „две звезди“, и прилежащите към тях заведения за хранене и развлечения; б) мотели – всички категории, и прилежащите към тях заведения за хранене и развлечения; в) семейни хотели – всички категории; г) хостели – всички категории; д) пансиони – всички категории; е) почивни станции – всички категории; ж) стаи за гости – всички категории; з) апартаменти за гости – всички категории; и) къщи за гости – всички категории; й) бунгала – всички категории; к) къмпинги – всички категории.

2. Самостоятелните заведения за хранене и развлечения – категория „една звезда“, „две звезди“ и „три звезди“.

3. Заведенията за хранене и развлечения, разположени върху понтони или върху закотвени в близост до брега плавателни съдове – всички категории за съответния вид.

ОТКАЗ ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА КАТЕГОРИЯ

Лицето, което ще извършва хотелиерство или ресторантьорство в места за настаняване и в заведения за хранене и развлечения, или упълномощено от него лице подава до кмета на съответната община заявление за категоризиране по образец, към което се прилагат документите, изчерпателно изброени в чл. 129, ал. 1 от ЗТ.

ОЕККТО разглежда подаденото заявление в 14-дневен срок от датата на постъпването му и след като констатира, че представените

документи съответстват на изискванията по чл. 129, ал. 1 от ЗТ (за хотелиерство и ресторантьорство) или чл. 129, ал. 2 от ЗТ (за настаняване в стаи за гости, апартаменти за гости или къщи за гости), се произнася с мотивирано предложение до кмета или до оправомощено от него лице да открие процедура по категоризиране на туристическия обект и да издаде временно удостоверение за откритата процедура по категоризиране със срок на валидност два месеца (чл. 130, ал. 4, т. 3 от ЗТ).

В случай на констатирана непълнота или нередовност на представените документи, ОЕККТО в срок 10 работни дни от датата на заседанието, в което е разгледано заявлението, писмено уведомява заявителя и определя 14-дневен срок от получаване на уведомлението за отстраняването им (чл. 130, ал. 2 от ЗТ).

В срока на временното удостоверение за открита процедура за категоризиране, ОЕККТО с решение определя експертна работна група, която извършва проверка на място в обекта за съответствието му с изискванията за заявената категория (чл. 130, ал. 5 от ЗТ и чл. 22, ал. 1 от Наредбата). За проверката се съставя констативен протокол съгласно чл. 130, ал. 6 от ЗТ. Председателят на експертната работна група, въз основа на констативния протокол, в 7-дневен срок изготвя доклад до ОЕККТО, който съдържа предложение за определяне на категория на туристическия обект или отказ за определяне (чл. 130, ал. 6 от ЗТ).

Кметът на общината или оправомощено от него длъжностно лице по предложение на ОЕККТО в двумесечния срок на временното удостоверение определя вида и категорията на обекта и издава удостоверение за определена категория или със заповед мотивирано отказва определянето на категория (чл. 130, ал. 7 от ЗТ и чл. 22, ал. 7 от Наредбата).

Анализът на производството по заявяване и определяне на категория на туристическия обект води до извода, че кметът на общината разполага с правомощие да постанови отказ както в хода на процедурата, така и като краен акт.

Алинея трета на чл. 130 от ЗТ императивно указва, че ако в предоставения срок непълнотите и/или нередовностите не бъдат отстранени, кметът със заповед отказва определяне на вид и категория на обекта. На практика това е първият момент от производството

то, в който законът оправомощава кмета да постанови отказ по заявлението за категоризация. Този момент е уреден и в чл. 20 от Наредбата, съгласно който в случаите на констатирана непълнота или нередовност на представените документи, която не е отстранена в срока по чл. 130, ал. 2 от ЗТ, ОЕККТО предлага на кмета със заповед да прекрати административното производство.

Прави впечатление, че за един и същ момент от административното производство по определяне на категория, законът оправомощава кмета със заповед да постанови отказ, а Наредбата – със заповед да прекрати производството. (2) Прекратяването на производството и постановяването на отказ са различни правни действия, които предполагат различни правни последици.

Прекратяването на административното производство е уредено в чл. 56, ал. 1 от Административнопроцесуалния кодекс (АПК), съгласно който административният орган прекратява производството по искане на страната, по чиято инициатива то е започнало, освен ако в закон е предвидено друго. В случая, в специалния ЗТ, е предвидено друго – заявителят бездейства и не отстранява установената непълнота или нередовност на представените документи. По смисъла на Наредбата за прилагане на съответните разпоредби на закона, това бездействие е основание за прекратяване на производството. (3)

Възможността за защита срещу прекратяването е установена в чл. 56, ал. 4 от АПК, съгласно който актът за прекратяване на производството може да се обжалва по реда на глава десета, раздел четвърти от АПК. Разпоредбите на посочения раздел са приложими при хипотеза, в която кметът на общината е отказал да разгледа по същество отправеното до него искане за определяне на категория и е прекратил административното производство (отказ изобщо да разгледа искането, а не отказ да определи категория). (4)

Обратно – изричният отказ по чл. 130, ал. 3 от ЗТ да определи категория поради неотстранена непълнота и/или нередовност на представените документи предполага, че кметът е разгледал искането ведно с приложенията, преценил е, че не са налице изискуемите от закона предпоставки за издаване на положителен административен акт, поради което постановява краен акт – заповед за отказ. Тази заповед подлежи на обжалване като индиви-

дуален административен акт, по реда на АПК (чл. 130, ал. 9 от ЗТ).

Предвид момента, в който е възможно възникването на посочената хипотеза, може да бъде подкрепено предложението на Наредбата за прекратяване, а не установеното от ЗТ постановяване на отказ. В този момент административното производство е в ход и е възникнала необходимост от събиране на доказателства, от значение за формиране крайното решение на кмета. Непредставянето на тези доказателства пречат работата на административния орган, а именно - да извърши анализ и преценка дали са изпълнени законите изисквания за определяне на категория, поради което производството би следвало да се прекрати. Всъщност такова е предложението и на чл. 56, ал. 2 от АПК, вр. с чл. 30, ал. 2 от АПК, съгласно който ако искането не удовлетворява останалите изисквания на закона, заявителят се уведомява да отстрани недостатъците в тридневен срок от съобщението за това с указание, че неотстраняването им ще предизвика прекратяване на производството. В случай на неотстраняване на недостатъците административният орган го прекратява.

Отказването на категория предполага искането да е разгледано по същество, но да е неоснователно. Т.е. да са представени изискуемите от закона документи, които обаче не доказват, че са изпълнени законите изисквания за определяне на категория.

Извън посочения случай, на основание чл. 130, ал. 7 от ЗТ, във връзка с чл. 22, ал. 7 от Наредбата, кметът или оправомощено от него лице въз основа на предложението на ОЕККТО може със заповед мотивирано да откаже определянето на категория. Нормативно установените основания за постановяване на отказ за определяне на категория на туристическия обект са изрично изброени в чл. 25 от Наредбата. Те са следните: 1. Не са изпълнени минималните задължителни изисквания за клас, вид и категория на туристическия обект, определени в съответното приложение на наредбата. 2. При проверка на място в обекта се установи, че компетентен да определи класа, вида и категорията на обекта е друг орган. 3. Налице е обективна невъзможност експертната работна група да извърши проверка на място в обекта по вина на проверяваното лице. 4. При промяна на заявителя.

МЪЛЧАЛИВ ОТКАЗ

Мълчалив отказ за категоризиране на туристически обект по ЗТ е недопустим. Налице е законов императив за писмено произнасяне по заявлението, включително и при отказ, независимо от това дали става въпрос за нередовно заявление, или за неоснователност на искането за категоризиране. Въпреки това, в случаите, когато кметът мълчи и не се произнася в срока по чл. 130, ал. 7 от ЗТ по подадено заявление за категоризиране, е налице мълчалив отказ за определяне на вид и категория на обекта. (5)

ОСНОВАНИЯ ЗА ОСПОРВАНЕ НА ОТКАЗА ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА КАТЕГОРИЯ

Отказът на кмета за категоризация на туристически обект може да бъде само изричен и се постановява със заповед. Тази заповед е индивидуален административен акт по смисъла на чл. 21, ал. 1 от АПК (б), тъй като с нея се засягат права и законни интереси на заявителя.

Основанията за оспорване на индивидуалните административни актове са установени в чл. 146, ал. 1 от АПК.

Липса на компетентност

Разпоредбите на чл. 128 от ЗТ и чл. 16, ал. 3 от Наредбата императивно посочват кмета на общината като орган, компетентен да определя категория. Обхватът на компетентността му е очертан чрез изчерпателно изброяване на туристическите обекти. В този случай компетентността произтича пряко от нормативна разпоредба. [1, с. 9]

Едновременно с възлагането на компетентност правните норми предоставят на кмета възможност да оправомощи друго длъжностно лице, което да определя категория на туристическите обекти по чл. 128 от ЗТ и чл. 16, ал. 3 от Наредбата. Тази компетентност е делегирана (прехвърлена) от титуляра. Това може да стане с изричен писмен акт, но възможността за такова прехвърляне трябва да е нормативно предвидена, какъвто именно е случаят. [1, с. 10]

Издаването на заповед за отказ за определяне на категория от лице, различно от посочените, опорочава същата и е основание за оспорване.

Неспазване на установената форма

Законът за туризма и Наредбата не установяват изрично формата на заповедта за отказ за определяне на категория. Те указват единствено, че кметът или оправомощено от него длъжностно лице със заповед мотивирано отказва определянето на категория. Словесното и логическо тълкуване на словосъчетанието „свс заповед мотивирано отказва” недвусмислено изяснява вложената от законодателя воля тази заповед да бъде издавана в писмена форма. Акцентът е поставен върху мотивите. За да може заявителят да узнае и разбере съдържанието им (причината за отказа), е нужно те да бъдат материализирани в писмена форма.

Аргумент в подкрепа на извода за писмена форма е и последното изречение на чл. 130, ал. 3 от ЗТ, съгласно което заповедта за отказ се изпраща на заявителя.

Неспазване на писмената форма при издаване на заповед за отказ за определяне на категория е основание за нейното оспорване.

Съществено нарушение на административнопроизводствените правила

Това основание за оспорване на заповедта за отказ предполага административният орган да не е изпълнил или да е изпълнил неточно правилата, установени като нормативни изисквания за издаването ѝ. Тези правила се съдържат в специалния ЗТ, който урежда издаването на удостоверение или отказ за определяне на категория на туристическия обект. За да бъде основание за оспорване, нарушението трябва да е съществено. Нарушението на административнопроизводствените правила е съществено, когато е повлияло или е могло да повлияе върху съдържанието на акта, когато – ако не беше допуснато – административният орган би могъл да стигне до друго решение. [1, с. 50] Ако не беше допуснал нарушение на административнопроизводствените правила, кметът щеше да издаде положителен административен акт – удостоверение за определяне на категория.

Противоречие с материалноправни разпоредби

Материалноправните разпоредби, въз основа на които кметът може да постанови отказ за определяне на категория, са установени в чл. 130, ал. 3 от ЗТ (неотстранена непълнота и/или нередовност на представените документи) и чл. 25 от Наредбата.

Хипотезата по чл. 130, ал. 3 от ЗТ беше подробно разгледана.

Материалноправните основания за постановяване на отказ, предвидени в чл. 25 от Наредбата, биха могли да бъдат обособени в две групи.

Първите са свързани с работата на експертната група и се отнасят до обстоятелства, които се установяват при посещение на мястото, а именно:

- не са изпълнени минималните задължителни изисквания за клас, вид и категория на туристическия обект, определени в съответното приложение на Наредбата;

- при проверката на място в обекта се установи, че компетентен да определи класа, вида и категорията на обекта е друг орган. (7)

- при обективна невъзможност експертната работна група да извърши проверка на място в обекта по вина на проверяваното лице.

Последното основание е промяна на заявителя.

За да бъде законосъобразен отказът на кмета да определи категория, трябва да е постановен на едно от посочените материалноправни основания по чл. 130, ал. 3 от ЗТ или чл. 25 от Наредбата. Постановяване на отказ с основание, различно от посочените, води до противоречие с материалноправни разпоредби и подлежи на оспорване.

Несъответствие с целта на закона

Целта на ЗТ е посочена в член втори. В т. 3 от разпоредбата се казва, че цел на закона е да въведе единни критерии за извършване на туристически дейности и предоставяне на туристически услуги, а в т. 4 – да осигури защита на потребителите на туристическите услуги.

Издаването на заповед за отказ за определяне на категория следва винаги да е съобразено с посочените цели. В случай, че подлежащият на категоризиране обект не отговаря на въведените от закона единни критерии за съответната категория, за осигуряване защитата на потребителите на туристически услуги, кметът на общината следва да постанови отказ за определяне на категория.

Друга цел, извън нормативно определената, заповедта за отказ за определяне на категория е недопустимо да преследва.

Оспорване на мълчаливия отказ

Мълчаливият отказ за определяне на категория на туристическия обект може да се оспори в едномесечен срок от изтичането на срока, в който кметът на общината е бил дъл-

жен да се произнесе. В този случай оспорващият трябва да докаже, че са били налице условията за издаване на удостоверение за категоризация.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Правото е регулатор на обществените отношения. Регулирането на обществените отношения може да бъде определено като процес, при който възникването, развитието и прекратяването им става въз основа на конкретни задължителни правила за поведение. Тези задължителни правила за поведение са правните норми. От своя страна правилата следва да осигуряват устойчиво и непротиворечиво уреждане на отношенията, спрямо които са приложими. Недопустимо е правни норми в закон и съответната наредба, които уреждат един и същ вид обществени отношения, взаимно да си противоречат, и то по такъв начин, че приложението им в един и същи случай да води до различни правни последици. В случай на подобно противоречие е нужно да се изясни съдържанието и логиката на съответното обществено отношение и да се намери най-адекватният правен ред, по който то да бъде уредено. Изясняването на същността на общественото отношение и прилагането спрямо него на непротиворечащи си правни норми, макар и от различни по ранг нормативни актове, ще доведе до устойчивост и предвидимост в правоприлагането. Ще отпаднат и съмненията относно инструментите за правна защита.

Бележки:

1. Съгласно чл. 7, ал. 2 от Закона за нормативните актове (ЗНА), наредбата е нормативен акт, който се издава за прилагане на отделни разпоредби или подразделения на нормативен акт от по-висока степен.

2. В посочения случай е налице противоречие на правни норми.

Съгласно чл. 5, ал. 1 от АПК, когато постановление, правилник, наредба, инструкция или друг подзаконов нормативен акт противоречи на нормативен акт от по-висока степен, прилага се по-високият по степен акт.

Съгласно чл. 15, ал. 3 от ЗНА, ако постановление, правилник, наредба или инструкция противоречат на нормативен акт от по-висока степен, правораздавателните органи прилагат по-високия по степен акт.

В конкретния случай това е законът.

3. Причините за пасивното поведение и неизпълнение указанията на ОЕККТО за отстраняване на непълнотата или нередовността на представените документи може да са от различно естество – липса на документите или небрежност от страна на заявителя, както и обратно – желание за привеждане на преписката в указаното съдържание и вид, но обективна невъзможност за изпълнение по независещи от заявителя причини. При всички случаи, тяхното непредставяне предопределя прекратяване по чл. 20 от Наредбата.

4. Съгласно чл. 170, ал. 2 от АПК, когато се оспорва отказ за издаване на административен акт, оспорващият трябва да установи, че са били налице условията за издаването му.

5. Съгласно чл. 58, ал. 1 от АПК, непроизнасянето в срок се смята за мълчалив отказ да се издаде актът.

Обратно – съгласно чл. 58, ал. 4 от АПК, непроизнасянето в срок се смята за мълчаливо съгласие в случаите и при условията, предвидени в специални закони. В ЗТ не са предвидени случаи и условия, при които непроизнасянето на кмета по искане за определяне на категория се смята за мълчаливо съгласие за нейното определяне

6. Съгласно чл. 21, ал. 1 от АПК, индивидуален административен акт е изричното волеизявление или изразеното с действие или бездействие волеизявление на административен орган или на друг овластен със закон за това орган или организация, с което се създа-

ват права или задължения или непосредствено се засягат права, свободи или законни интереси на отделни граждани или организации, както и отказът да се издаде такъв акт.

7. Съгласно императивната разпоредба на чл. 32, ал. 2 от АПК, когато органът, започнал производството, установи, че индивидуалният административен акт трябва да бъде издаден от друг административен орган, той му изпраща незабавно преписката, като уведомява този, по чиято инициатива е започнало производството, както и привлечените до момента заинтересовани граждани и организации.

Не е ясно защо в този случай Наредбата не е възприела общия принцип за препращане на преписката по компетентност, а указва на кмета да постанови отказ за определяне на категория. Следва да се има предвид, че след като не кметът, а друг орган е компетентен да определи категорията, то същият друг орган ще бъде компетентен да постанови и отказа за определянето ѝ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лазаров, К. Изисквания за законосъобразност на административните актове. София, 1999.

REFERENCES

1.Lazarov, K. Iziskvaniya za zakonosaobraznost na administrativnite aktove. Sofia, 1999.

ЗДРАВНАТА КУЛТУРА НА БРЕМЕНИ И РОДИЛКИ ЗА ОТГЛЕЖДАНЕ НА НОВОРОДЕНО

Моника Обрейкова

HEALTH CULTURE OF YOUNG MOTHERS AND PREGNANT WOMEN TO NURTURE A NEWBORN BABY

Monika Obreykova

E-mail: monika_obreykova@abv.bg

ABSTRACT

The low health culture of individuals and the society generates profound changes in health status. The results from the study show that future mothers are health illiterate: they have a small amount of knowledge about health, a deficit of knowledge and skills in family planning, and there is a deficit of primary care to prepare pregnant women how to raise their new-born baby in healthy conditions. Health and pedagogical practice should create conditions for health education to increase health awareness.

Key words: low health culture, pregnant, woman in labour, newborn

ВЪВЕДЕНИЕ

Здравето е състояние на пълно физическо, психическо и социално благополучие на индивида. Стремешт към здраве е основен за всички хора. Информираността и познанията за здравето са от съществено значение за формиране на навици за здравословен начин на живот. Здравните знания включват информация за личните и обществени хигиенни норми, за здравословното хранене, за ефективността от физическите упражнения, спорта, начините за избягване от стреса и много други, които взаимодействат с околната среда. Необходимо е да се използват функционалните резерви на организма за съхранение и утвърждаване на здравето чрез повишаване на здравната култура и формиране на здравословен стил на живот. Здравната култура е съвкупност от знания, нагласи, отношения, убеждения и поведение във връзка с възстановяване, опазване и укрепване на личностното и обществено здраве. Възможно е човек да има много здравни знания, но те да не са превърнати в убеждения. Възможно е да има също така много здравни знания и убеждения, но да няма съответните здравни нагласи, отношения и поведение. Анализирането на здравната култура очертава наличие на положителни умения и навици за спазване на здра-

вословни норми на живот. В медицинската литература се различават обективна и субективна здравна култура. В социалните отношения субективната здравна култура има следните насоки:

- отношение на индивида към собствения му стил на живот;
- отношение на индивида към здравето на околните;
- отношение на индивида към собственото му здраве;
- отношение на социалната група към здравето на индивида;
- отношение на индивида към дейността на здравната служба;
- отношение на индивида към хигиената на окръжаващата го среда [1].

Убежденията за здравно поведение са стимулът, който индивидът си изработва за позитивно или негативно отношение към собственото си здраве. Изявата на позитивно здравно поведение е индекс за степента на изградената здравна култура. Формирането на личната здравна мотивация зависи от няколко фактора:

- обем и характер на наличните здравни знания - здравна информираност;
- мястото на здравето в ценностната система на личността - централно, приоритетно, периферно, значимо или незначимо.

- степен на осъзнаване на потребността от високо ниво на здраве - здравни потребности.

- характер на отношение към здравето - собственото или на другите хора, активно, пасивно, негативно.

Формирането на необходимата здравна култура на населението и на отделния индивид е свързано с такива педагогически процеси като здравно възпитание и здравна провета.

Здравното възпитание формира здравната култура чрез изграждане на здравни знания, здравни убеждения, здравни потребности, здравни умения и здравно поведение. За да е ефективно, то се основава на принципите: популярност, научност, конкретност, системност, последователност и масовост. „Целта на здравното възпитание е формирането на здравната култура на личността и овладяване на нормите на здравословен начин на живот като условие за реализиране на жизнения и творчески потенциал на личността” [2]. Значимостта на проблема за повишаване на здравната култура на личността и обществото като цяло е повод в някои западни страни да се развие нова наука “Поведенческа медицина”. Нейният предмет е здравното възпитание и здравословният начин на живот.

Реализацията на здравното възпитание в практиката и необходимостта от изява на неговата превантивна същност е обусловена от многобройните здравни проблеми, които променят не само здравословното състояние на личността, но и влошават качеството на живот. „Превантивната същност на здравното възпитание може да се реализира чрез организирана здравна педагогическа дейност от страна на семейството, училището, лечебните заведения, обществото и медиите, насочена към ученика, студента, възрастния” [3]. Утвърждаването на здравната култура е значим и актуален проблем. Той трябва да бъде обект на внимание не само в семейството, в училищата, в здравеопазната практика, но да е отговорност и на всички обществено-политически отрасли и сектори. Повишаването на здравната култура е условие и фактор за здравословен стил на живот. Здравното обучение и здравното възпитание трябва да бъдат насочени към всички уязвими социални групи, за да се изградят навици за съхранение и утвърждаване на своето здраве. Значимостта, актуалността и потребността да се повишава здравната култура на населението позволи да се формулира **целта на изследването**: да се

проучи състоянието на здравната култура при бременни и родилки от различни етноси за отглеждане на новороденото.

Предмет на изследване е процесът на формиране на здравна култура на уязвими социални групи.

Обект на изследването е наличието на здравни знания, умения и нагласи на бременни и родилки за отглеждане на новороденото.

Обхват на проучването са 100 бременни жени и родилки. Проучването е направено в Родилно отделение, МБАЛ-АД Бургас (Многопрофилна болница за активно лечение), Родилно отделение на МБАЛ „Дева Мария“, квартал Ветрен, Бургас, и бременни жени от Община Руен.

Методи на изследването: литературен обзор по проблема, документален метод, анонимно анкетно проучване, интервю.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

За проучване на знанията, нагласите и уменията на бременните и родилките за отглеждане на новородено се направи практическо изследване, в чийто процес са включени и студенти от специалност „Медицинска сестра“, втори курс, ФОЗЗГ (Факултет „Обществено здраве и здравни грижи“) на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас.

Практическото проучване протича в два етапа: документално проучване по темата и проведена анонимна анкета през месеците април - май 2015 година.

При документалното проучване се установяват следните специфики и тенденции:

- за страната ни са характерни една от най-ниската раждаемост и в същото време най-високата смъртност в Европа;

През последните 15 години раждаемостта в България е спаднала рязко. Спадът е обективно обусловен от влиянието на множество демографски, социални и икономически фактори. Намаляването на населението е лош показател, защото населението на една държава е основен фактор за развитието на производството и социалния прогрес на обществото. Въпреки че демографското развитие на страната ни е национален и социален приоритет от огромно значение, в сравнение с някои европейски държави, за които се казва, че се намират в демографска депресия, у нас ситуацията се оприличава на демографски срив [5].

- от демографска гледна точка спадът на раждаемостта в страната се дължи на понижената плодовитост на жените в родилна възраст и намаляването на техния брой. (виж табл.1):

Таблица 1. Раждаемост в Република България, 2013/2014

година	брой новородени	Индекс
2013	67061	1
2014	62932	0,94

-при документалното проучване прави впечатление, че броят на ражданията през изминалата 2014 г. е бил много по-малък от тези през 2013 година;

Това е чудовищен спад според официалните данни на НСИ (Национален статистически институт). Разликата е 4 129, или 6,2% от броя на ражданията през 2013 г. През 2014 г. населението е намаляло до около 7 205 000 души. Броят на жените във фертилна възраст (15 - 49 навършени години), или размерът на родилните контингенти и тяхната плодовитост, оказват съществено влияние върху равнището на раждаемостта и определят характера на възпроизводството на населението. Броят на жените във фертилна възраст към 31. 12. 2014 г. е 1 580 хил., като спрямо предходната година той намалява с над 21 хил., а спрямо 2001г. - с над 306 хил. жени [5].

- друг съществен момент е намаление броя на родилните контингенти, а това оказва влияние върху възрастовата структура на фертилната възраст;

Близо 90% от ражданията се осъществяват от жените на възраст от 15 до 34 години, които през 2014 г. са 818 хил. и са намалели спрямо 2013 г. с 2.6%, а в сравнение с 2001 г. - с 25.1%. Броят на жените в тази възрастова група намалява основно поради по-малкия брой момичета, които влизат във фертилна възраст, и емиграционните процеси. През 2014 г. броят на децата, родени от майки под 18 години, е 3 130 и спрямо 2013 г. намалява със 124 деца. Запазва се тенденцията на увеличаване на броя на децата, родени от жени на възраст над 40 години - от 1 276 през 2013 г. на 1 517 през 2014 година. И в двете възрастови групи на раждащите жени – тези под 18 години и при тези над 40 години, необходимостта от повишаване на тяхната здравна култура налага провеждане на здравно възпи-

тание за опазване на тяхното здраве и раждането на здраво, доношено дете.

Посочените факти за текущата демографска ситуация в Република България очертават тенденция на продължаващо намаляване и застаряване на населението, и намаляваща раждаемост. Тези процеси обуславят приоритетните направления и задачи в областта на демографската политика, формулирани в Актуализираната Национална стратегия за демографско развитие на населението в Република България 2012 – 2030 г. Усилията са насочени към реализиране на следната стратегическа цел - забавяне темповете на намаляване на броя на населението с тенденция за стабилизирането му в дългосрочен план и осигуряване на високо качество на човешкия капитал, включващ хората с тяхното здравословно състояние, образование, квалификация, способности и умения.

По данни от БАН, сривът на раждаемостта в България е последица от рязкото свиване на контингента на жените в детеродна възраст, което се дължи отчасти и на емиграцията на млади жени.

Ниската раждаемост и високата детска смъртност „стапят“ населението на Република България [5]. Това обуславя значимостта на проблема за повишаване здравната култура на бременни и родилки за отглеждане на новородено. „В периода на бременността бъдещата майка трябва да бъде подпомогната в разбирането на важността и отговорността за водене на здравносъобразен начин на живот за раждане на здраво дете” [2, с. 37].

През последните години се установява, че при всички големи етнически общности има спад в раждаемостта. В ромската етническа общност се наблюдава по-висока раждаемост.

Следващият етап от практическото изследване е свързан с провеждането на анонимна анкета и интервю с помощта на студентите. Резултатите от направената анкета позволяват да се очертае степента на формиране на здравната култура на бъдещите майки.

Анализът на получените данни показва, че анкетираните бременни жени и родилки нямат достатъчно знания за семейното планиране. За сравнение може да се посочат инициативите в Полша и други държави, в които не може да се сключи дори църковен брак, ако двамата партньори не са преминали курс на предбрачна подготовка, в чиято програма са

включени въпроси за сексуалните отношения, възпроизводството на човешката личност и семейното планиране.

От години и у нас се споменава за планиране на бременността. Преди да предприемат една от най-важните стъпки в живота си и да създадат дете, бъдещите родители трябва да се подготвят по подходящия начин. Планирането дава възможност да се вземат разумни и полезни решения за майката и бебето. Доброто здраве преди бременността ще помогне да се справят по-лесно със стреса и с раждането. Освен това здравословното състояние на жената преди забременяването е много важно за периода на бременността.

Все още са малко двойките, които са запознати с инструментариума на семейното планиране, още по-малко са специалистите, които да дадат качествени и сериозни насоки как семейството да се подготви за една от най-важните си мисии – да създаде и отгледа здраво дете.

Това посочват и резултатите от настоящото анкетно проучване. Анкетираниите не са запознати със същността на семейното планиране и неговото значение. Неговата цел е опазването и подобряването на репродуктивното здраве и да се създават условия за раждане на здрави, планирани и желани бебета.

При разглеждането на въпроса за планиране на бременността по-голямата част от бременните жени посочват, че бременността е желана. 87% от анкетираниите приемат, че планираната бременност е необходимо условие, ако искат времето до появата на бебето да протече леко и безпроблемно.

Признават, че бременността е отговорност, която и двамата партньори трябва да поемат, защото от това зависи здравето и нормалното развитие на бебето им.

Останалите 13% считат, че не е нужно планиране и специална подготовка (виж фиг.1):

Практическото изследване е свързано и с проучването на въпроса за поредността на бременността. 66% от бременните съобщават, че за тях е първа бременност и всичко, което им предстои, е свързано с промяната, със страха от предстоящото раждане и от това, че не са подготвени достатъчно за отглеждането на детето (виж фиг. 2):

Данните от въпроса за поредността на бременността ни дават основание да смятаме, че превантивното здравно възпитание е условие и фактор от огромно значение за здравословното състояние на жената при зачеване,

Фиг.1 Планирана ли е бременността



Фиг.2 Поредност на бременността

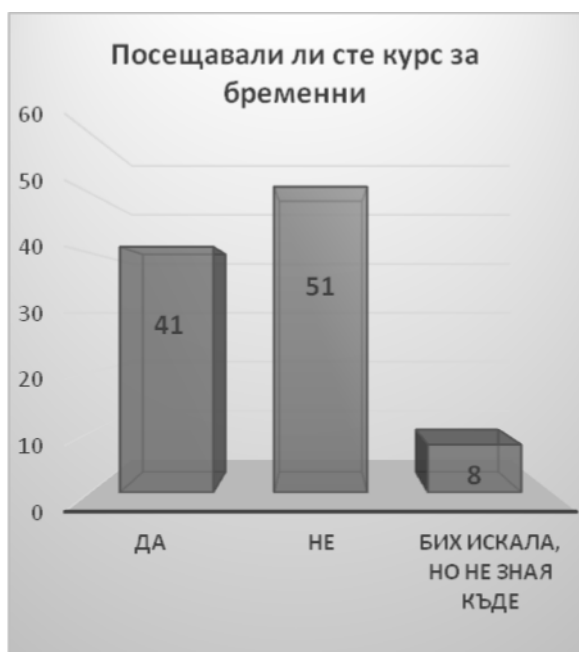


износване, раждане и отглеждане на новороденото. През този период бъдещата майка „трябва да получи помощ и подкрепа за формиране на нагласи за провеждане на необходими изследвания, за профилактиране на генетични заболявания, усвояване на достатъчен обем от знания и отказ от вредни навици“ [4]. В тази посока трябва да се работи в доболничната помощ.

Наблюдава се етническата асиметрия на поредността на раждаемост. Според данни на Националния статистически институт, около две трети от циганските жени имат три, четири и повече деца. Налице е ниска здравна култура, снижаване на възрастта на първо раждане, множеството ранни връзки между малолетни, които нямат никакви знания и умения за отглеждане на децата си. По този повод към участниците в анкетното проучване е

зададен въпрос: „Посещавали ли сте курс за бременни?“. Мнението на анкетираниите може да се разгледа в две посоки. Едната група от участниците определя като задължителен обучителния курс, а другата група категорично отказва необходимостта от такъв (виж фиг. 3):

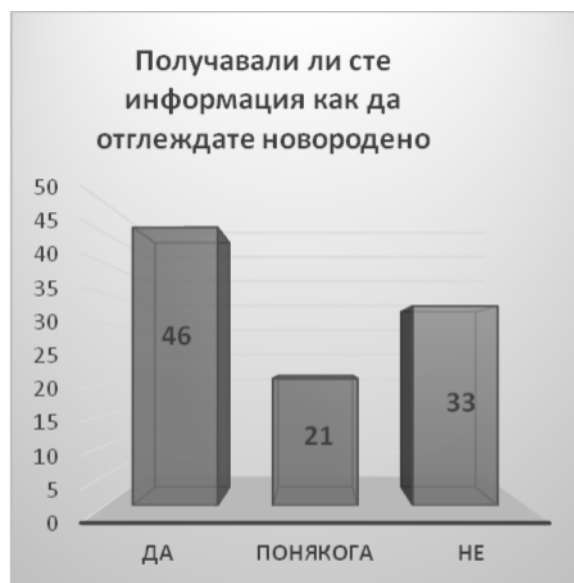
Фиг. 3 Посещавали ли сте курс за бременни



41 от бременните жени са посещавали обучителни курсове, а 51 са отказали да ги посещават. Желаетелите да се обучават са 8, но не са имали информация къде могат да го направят – „бих искала, но не зная къде” - са посочили бременните жени предимно от Община Руен. Според преобладаващата част от анкетираниите, бременността, раждането и отглеждането на новороденото се развиват по свои собствени, чисто биологични закономерности и следователно трудно могат да бъдат повлияни от външни и вътрешни фактори. Това мнение показва липса на здравна култура и дефицит на знания и умения за семейно планиране.

Данните от анкетното проучване и проведеното интервю показват кои са източниците на бременни и родилки за получаване на знания по време на бременността за отглеждане на новороденото. 33 от тях заявяват категорично „не”, т.е., не са получили здравна информация, а 21 от жените споделят „понякога”. Ще игнорираме ромската етническа общност, която картотекира бременността непосредствено преди раждане (виж фиг. 4):

Фиг. 4 Получена информация за отглеждане на новороденото



Съзнавайки значимостта на дискутирания проблем, можем открито да отбележим необходимостта от повишаване на здравната култура на жените в периода на бременността чрез предлагане на знания за здравето; знания, свързани с храненето, закаляването и провеждането на имунизации и ваксини на новороденото. Анкетираниите споделят, че се информират чрез книги, интернет и приятели. Точно този въпрос показва, че има проблеми в здравеопазната система, както и дефицит от здравни грижи, особено в доболничната помощ за бременните жени и родилките.

ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

Анализът на резултатите от проучването на знанията и уменията на майките за планиране на бременността, хранене, закаляване и имунизирването на своето дете очертават ниска степен на формираност на здравната култура на бременните и родилките, участници в анкетата. Според проведеното проучване, знанията и уменията на бременните и родилките за отглеждане на новородено са недостатъчни. Ниската здравна култура на майката обаче поражда дълбоки проблеми и последствията от тях повлияват нормалното отглеждане на детето.

Липсата на достъпни, качествени и ефективни здравни услуги за жената преди забременяването, по време на бременност и след родилния период очертава необходимост от навременни обучителни програми.

Добре би било да се възобнови майчината и детска консултация. Там е мястото, където студентите от специалност „Медицинска сестра“ ще прилагат овладените знания и ще утвърждават активно уменията си за общуване, както и ще провеждат промотивни дейности за увеличаване на здравната култура на бременни и родилки.

Доказа се необходимостта от обучителни и консултативни инициативи и мероприятия, които трябва да започнат още преди бременността. От особена важност е да се предлагат знания и изграждат уменията на бъдещите майки за:

- естественото хранене - кърменето, тъй като кърмените бебета са по-здрави. То подпомага развитието на венците на бебето. Кърменето намалява риска от развитие на рак на гърдата;

- къпането и тоалетите на бебето, които са част от ежедневните грижи за него и допринасят за физическото и психическо му здраве;

- масаж и гимнастика трябва да се правят на всяко дете, било то здраво или със здравословни проблеми. Масажът и гимнастиката не крият риск и опасност за бебето. Целта им е да спомогнат за укрепване на мускулатурата и стимулиране на движенията;

- повишаването устойчивостта на организма към неблагоприятното въздействие на редица физически фактори на обкръжаващата среда става чрез закаляване. Закаляването започва с постепенност, системност и индивидуален подход.

Повишаването на здравната култура трябва да се основава на системност и масовост. Необходимо е информираността по въпросите на бременните, свързани с грижите за новороденото, кърменето и закалителните процедури да се повиши и сред членовете на семейството, приятелите, социалната група,

за да подкрепят бременните жени и родилките.

Във връзка с повишаване на здравната култура на бременни и родилки би спомогнало разработването на медийни стратегии, в които да се ангажира участието на колкото се може повече средства за масова информация,

ЛИТЕРАТУРА:

- 1.Маркова, С. Здравна култура.- Социална медицина и обществено здраве. С., 1998, Знание ЕООД.
- 2.Терзиева, Г. Превантивна същност на здравното възпитание – особености. - Здравно възпитание. Здравна култура. Пловдив, Лакс бук, 2013.
- 3.Саид, Н., Г. Терзиева. *Здраве и наука*, 2012, бр. 3.
- 4.Терзиева, Г. Сестрински грижи в педиатрията. 2013.
- 5.http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Population2014_2Y19BGI.pdf/Населени е и демографски процеси през 2014 година.

REFERENCES

- 1.Markova, S. Zdravna kultura. - Socialna medicina i obshtestveno zdrave. S., 1998, Znanie EOOD.
- 2.Terzieva, G. Prevantivna sashnost na zdravnoto vaspitanie – osobenosti, - Zdravno vaspitanie. Zdravna kultura. Plovdiv, Laks buk, 2013.
3. Said, N., G. Terzieva. - Zdrave i nauka, 2012, br.3.
- 4.Terzieva, G. Sestrinski griji v pediatriata. Plovdiv, 2013
- 5.http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Population2014_2Y19BGI.pdf/ Nasele nie i demografski procesi prez 2014

ОРГАНИЗАЦИЯ НА ЗДРАВНИ ГРИЖИ ПРИ ВЪЗРАСТНИ И СТАРИ ХОРА В ДОМАШНА СРЕДА

Катя Попова

ORGANIZATION OF HEALTHCARE FOR ELDERLY AND OLD PEOPLE IN DOMESTIC ENVIRONMENT

Katya Popova

E-mail: katja.popova62@gmail.com

ABSTRACT

This study examines caregivers' needs and inclinations in assisting elderly and old people in their everyday activities in domestic environment in the context of the updated concepts of providing healthcare and services to geriatric patients (clients).

The tendencies (as following below) can be drawn on the grounds of the conducted survey and the analysed results obtained:

✓ *Health, social and psychological support and care for elderly and old people are given by relatives, most often by the closest family environment;*

✓ *Geriatric care is defined by the caregivers as hard one, considering both the physical and psychological nature of such care;*

✓ *There is an obvious scarcity of specialized information and methodical assistance required for geriatric healthcare, which are to be provided by the outpatient aid teams;*

✓ *There are also the salient inclinations to make use of services provided by Integrated Geriatric Care Centers in case no payment is required;*

✓ *Priority features of the healthcare and services provided by such centers and pointed out by the respondents are, as follows: observation and control of life indices and taking of medicines; specialized consultative assistance by physicians; conducting laboratory analyses; providing information and healthcare training for certain diseases; in-home assistance with daily living activities;*

✓ *There is an evident need for consultative assistance which is to be provided by the health specialists with the purpose of applying modern approaches and methods for elderly and old people care in domestic environment.*

The establishment of a network consisting of Integrated (Complex) Geriatric Centers will improve the quality of life of elderly and old people, as well as that of their families.

Key words: *geriatric patients, caregivers, complex approach, quality of life*

ВЪВЕДЕНИЕ

Промените в демографската структура на населението в Европейския съюз с трайна тенденция на застаряване и повишаване относителния дял на хората над 65г., обусловени от ниската раждаемост, миграцията и повишената продължителност на живота, формират нова социална реалност, която е предизвикателство за здравните и социалните системи на страните. Съвременните схващания за организиране на здравни грижи за възрастни и стари хора налагат прилагането на комплексния подход при решаване на разнообразно

зие от проблеми при тях от медицински, социален и психологически характер. Специфичен аспект на здравните грижи при старите хора е тяхната продължителност и многоплавноост, което изисква значителен финансов и човешки ресурс.

Становището на Европейския икономически и социален комитет относно „Последиците от застаряването на населението върху системата на здравеопазването и социалната система“ от 20.07.2010 г. [10] посочва няколко области, към които трябва да бъдат насочени

чени политиките и дейностите на страните от ЕС:

- ✓ превенция - здравно образование, безопасни условия на труд, предотвратяване на социалната изолация;

- ✓ здравни услуги - обучение на гериатрични специалисти, създаване на адаптирани програми за лечение, разработване на система за интегрирани и персонализирани здравни грижи;

- ✓ услуги, свързани с деинституционализация на грижите - създаване на цялостна, децентрализирана инфраструктура по местоживеење за предоставяне на грижи в дома;

- ✓ мрежи на местно равнище - платформите на общинските доставчици на услуги, социалните партньори, НПО и ръководителите в областта на здравеопазването, които служат за сътрудничество и координация на услугите [10].

В Националната здравна стратегия (2014-2020г.) [5], в съответствие с регламентите, приети от ЕС, изработената Национална концепция за насърчаване на активния живот на възрастните хора в България (2012-2030 г.) [3], Националната програма за превенция на хроничните незаразни болести (2013-2020) [4] и други стратегически документи, са представени насоките и мерките за гарантиране на достоен живот на възрастните хора в добро здраве. Съществени моменти от тези мерки са:

- повишаване на информираността на населението от всички възрасти за здравословен начин на живот;

- повишаване уменията на възрастните хора по отношение на грижите за себе си, превенция на болести и увреждания;

- деинституционализация на настоящия модел на грижа за възрастните хора и приемане на мерки за подобряване на дългосрочните грижи за възрастните хора;

- осигуряване на условия за равен достъп на възрастните хора до медицински, дентални и медико-социални услуги, с фокус върху малките населени места;

- финансиране и развитие на допълнителни здравни услуги, насочени към възрастните хора;

- развитие на дългосрочната грижа чрез създаване на иновативни междусекторни услуги (с фокус върху интеграцията на социални и здравни услуги), които да бъдат предоставяни в съответствие с реалните потребности на нуждаещите се;

- изграждане на адекватна мрежа от социални и здравни услуги в общността и домашна среда (разкриване на нови услуги в общността и в домашна среда, включително и предоставяне на почасови услуги в подкрепа на социалното включване);

- подобряване на достъпа до превантивни социални и здравни услуги за възрастни с ранна степен на интервенция;

- осигуряване на комплексна подкрепа на семействата, полагащи грижи за зависими членове;

- подобряване на взаимодействието между държавния и неправителствения сектор при предоставяне на здравни и социални услуги за възрастни;

- насърчаване на доброволчеството в процес-а на осигуряване на услуги за възрастни [5].

Осигуряването на качествени, достъпни и устойчиви услуги за дългосрочна грижа при възрастни и стари хора е един от ключовите приоритети в европейските институции. Европейският съюз препоръчва изпълнението на три дългосрочни цели за националните здравни и социални системи, които трябва да се преследват успоредно:

- ✓ гарантиране на добър достъп до здравни грижи и социални услуги;

- ✓ подобряване на качеството на грижите;

- ✓ гарантиране на устойчивост на финансирането им [7].

Съгласно дефиницията на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР), дългосрочните грижи представляват „междусекторен политически въпрос, който обединява гама от услуги за лица, които имат нужда от помощ в ежедневните си дейности за продължителен период от време“ [7].

Според Европейската комисия „дългосрочните грижи съчетават широк набор от медицински и социални услуги за хора, нуждаещи се от помощ при основни ежедневни дейности поради хронични физически или психически увреждания. Тези грижи често се извършват поне отчасти от непрофесионалисти, като например роднини или приятели. Дългосрочните грижи са на границата между медицинските и социалните грижи и обикновено се предоставят на хора с физически или психически заболявания, на възрастни хора и на определени групи хора, които имат нужда от помощ при изпълнение на ежедневните си дейности“ [9].

Състоянието на възрастовата структура на населението в Р България (24,2% от населението е над 60 г.) [6], ограничените финансови ресурси, дефицит на здравни специалисти, изисква организиране на ефективни структури, които да осигурят както равнопоставеност на възрастните и стари хора до качествени медицински, здравни и социални услуги, така и специализирана подкрепа на тяхното обкръжение за справяне с проблемите на старите хора.

Проучване, направено през 2013 г. сред студенти от професионално направление „Здравни грижи“, показва, че 85,2% от тях считат, че не се спазват правата на възрастните и стари хора за прилагане на адекватни здравни грижи [2].

Посочените тенденции в съвременните гериатрични грижи и нарастващата потребност от удовлетворяването им ни насочи към проучване и анализ на нагласите на хората, оказващи дългосрочна грижа в домашна среда, да ползват услуги на интегрирани гериатрични центрове.

Настоящото изследване има за цел да представи потребностите и нагласите на обгрижващите възрастни и стари хора в домашни условия, в контекста на съвременните схващания за оказване на качествени здравни грижи и услуги за гериатрични пациенти (клиенти).

МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕ

В проучването са използвани документален метод (проучване и анализ на литературни източници), социологически метод (организирано, проведено анкетно проучване, чрез пряка индивидуална анкета), статистически методи (обработка, систематизиране и обобщение на статистическите данни).

Обект на проучването е процесът на организиране и предоставяне на здравни грижи и услуги за възрастни и стари хора.

В анкетната карта са включени следните групи въпроси: възрастова, демографска и социална структура; достъп до здравни услуги; информираност за подходи, методи и техники за гериатрични грижи; желание за ползване на услуги в интегриран гериатричен център; видове услуги, които да се предоставят в този център.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

Проучването е проведено през месеците май- юни 2015г. в различни населени места от Бургаска област.

Изследването е сред хора, полагащи гериатрични грижи най-малко четири часа седмично.

От 72 изследвани 35 (48,6%) живеят в градове и 37 (51,4%) в села. От тях 89,9% са жени и 11,1% мъже. Възрастовата структура на респондентите е показана в табл.1.

Таблица 1. Възрастова структура

възраст	20-30г.	31-40г.	41-50г.	51-60г.	61-70г.	71-80г.	Без отг.
обгрижващи-отн. дял- %	2,8	18,1	51,4	18,1	15,3	1,4	2,8
възраст	60-65г.	66-70г.	71-75г.	76-80г.	81-90г.	над 90г.	Без отг.
обгрижвани-относителен дял- %	9,7	22,2	22,2	16,7	23,7	4,2	1,4

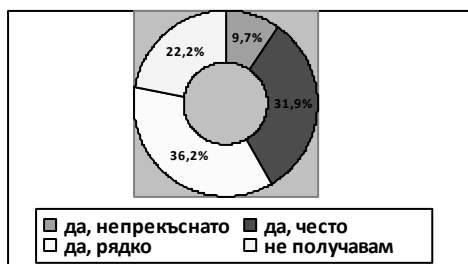
Преобладаваща част от обгрижващите са близки родственици - 95,8%, като 56,5% от тях са деца, 26,1% - внуци, 4,4% - съпрузи на старите хора. Само 4,2% от изследваните не са роднини. Възнаграждение за положените грижи получават само 5,6% от анкетираните.

Обгрижващите определят общото здравословно състояние на старите хора като „добро“ - 43,1%; „задоволително“ - 30,6%; „тежко“ - 23,6%; „отлично“ и „много добро“ - 2,7%.

По-голяма част от респондентите посочват време, отделено за грижи, между 2-3 часа на ден - 47,2%. Останалите изследвани се разпределят, както следва: 4-5ч. на ден- 8,3%; 8-12ч.- 12,5%; денонощно- 11,1%. При 20,9% от респондентите отделеното време за грижи е 4 часа седмично.

На въпроса „Считате ли грижите за възрастните хора за трудна задача?“, 68,1% от респондентите отговарят „да, физически и психически е трудно“; „не се затруднявам“ посочват 18%; „психическото натоварване е по голямо“ - 11,1%; „физическото натоварване е по голямо“ - 2,8%.

Анкетното проучване очертава мнението на обгрижващите за необходимостта от получаването на информация за подходи, методи и техники от компетентни специалисти в доболничната помощ за полагане на грижи, е представено на фиг 1:



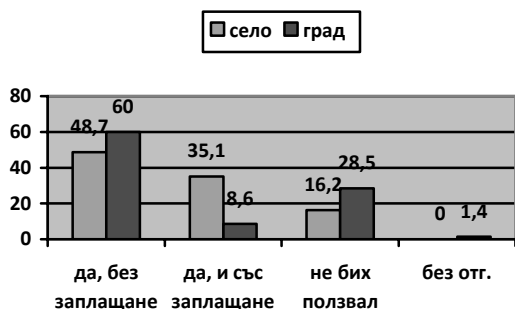
Фиг.1. Информираност за грижи

На въпроса „Има ли във Вашето населено място Център за здравни и социални услуги за стари хора, 56,9% отговарят с „не“; 26,4% - „да“; „не съм се интересувал“-15,3%; не са отговорили 1,4%. Разпределението на отговорите по местожителство е посочено в табл. 2:

Таблица 2. Наличие на Център за здравни и социални услуги в населеното място

Отговор	Село- %	Град- %	Общо- %
да	2,7	51,4	26,4
не	94,6	17,1	56,9
Не съм се интересувал	2,7	28,6	15,3
Без отговор	0	2,9	1,4

При изследване нагласите на респондентите при какви условия „ще ползват услугите при наличие на изграден гериатричен център“, повече от половината (54,2%) посочват „да, по няколко пъти в седмицата, ако не се заплаща“; с равен процент -по 22,2% - са отговорите „да, дори и да се заплаща“ и „не бих ги ползвал“. Налице е разлика в нагласите на изследваните по демографски показател, посочено на фиг. 2.



Фиг.2 Нагласи за ползване на услуги

Няма изразена взаимозависимост между доходите на респондентите и нагласите да ползват платени услуги в гериатричен център.

Изследвано е и мнението на респондентите за необходимостта от здравни и социални

грижи и услуги в Център за гериатрични грижи (виж табл. 3):

Таблица 3. Необходими грижи и услуги в Интегриран гериатричен център (посочени са първите седем)

Място	Необходими услуги	Брой отг.	%
1.	Измерване на основни жизнени показатели	61	84,7
2.	Консултации с лекар- специалист	54	75
3.	Рехабилитационни процедури	41	56,9
4.	Информация, консултации и обучение за здравни грижи	39	54,2
5.	Провеждане на лабораторни изследвания	37	51,4
6.	Предлагане на домашни грижи за ежедневни дейности	32	44,4
7.	Организиране на групи по интереси - посещения на културни мероприятия, срещи	20	23,6

Респондентите посочват средно по 4 вида услуги.

От направеното анкетно проучване и анализ на получените резултати могат да се посочат следните **изводи**:

- ❖ здравната, социална и психологическа подкрепа и грижи за възрастните и стари хора се оказва от роднини, най-често от близкото семейно обкръжение;

- ❖ обгрижващите определят гериатричните грижи като трудни както от физически, така и от психологически характер;

- ❖ има дефицит на специализирана информация и методическа помощ за оказване на гериатрични здравни грижи от екипите в доболничната помощ;

- ❖ ясно са изразени нагласите за използване на услугите на Интегрирани центрове за гериатрични грижи при условие, че не се налага заплащане;

- ❖ приоритет на здравните грижи и услуги в тези центрове, посочени от анкетираните, са: наблюдение и контрол на жизнени показатели и прием на лекарства; консултативна лекарска специализирана помощ; провеждане на лабораторни анализи; предоставяне на информация и обучение за оказване на здравни грижи при конкретни заболявания; домашни грижи за удовлетворяване на ежедневни дейности на нуждаещите се;

- ❖ налице е потребност от оказване на консултативна помощ от здравните специалисти за прилагане на съвременни подходи и

методи за обгрижване на възрастни и стари хора в домашна среда.

Създаването на мрежа от Интегрирани (комплексни) гериатрични центрове ще подобри качеството на живот както на възрастните и стари хора, така и на техните семейства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социална медицина (практически подходи). Под ред. на М. Мутафова. С., „АРСО”, 2007.
2. Попова, К. Качество на здравните грижи за възрастни и стари хора - тенденции и перспективи - *Годишник на Университет „Проф. д-р Асен Златаров”, Бургас, 2013, т. XLII (2), с. 214-217.*
3. Национална концепция за насърчаване на активния живот на възрастните хора в България (2012-2030). МТСП, София, 2012.
4. Национална програма за превенция на хроничните незаразни болести (2013-2020), МЗ, София, 2013.
5. Национална здравна стратегия (2014-2020), МЗ, София, 2013.
6. Национален доклад за България -2011 г. (Втори преглед и оценка по изпълнение на международния план за действие по застаряване от Мадрид, 2002 г., и на Регионалната стратегия за Европа към него), МТСП, София, 2011.

7. Национална стратегия за дългосрочна грижа (ПМС № 2/07.01.2014 г.).

8. www.age-platform.org

9. http://ec.europa.eu/health-eu/care_for_me/long_term_care/index_bg.htm

10. http://www.knsb-bg.org/pdf/464/Posledici_ot_zastaryawaneto_na_naselenieto_wa_rhu_soc_sistemi.pdf

REFERENCES

1. Sotsialna meditsina (prakticheski podhodi), ARSO, Sofiya, ARSO 200
2. Popova, K., Kachestvo na zdravnite grizhi za vazrastni i stari hora- tendentsii i perspektivi. - *Godishnik na Universitet “Prof. d-r A. Zlatarov”, Burgas, 2013, t. XLII(2, s.214-217*
3. Natsionalna kontseptsya za nasarchavane na aktivniya zhivot na vazrastnite hora v Balgariya (2012-2030), MTSP, Sofiya, 2012
4. Natsionalna programa za preventsiya na hronichnite nezarazni bolesti (2013-2020), MZ, Sofiya, 2013
5. Natsionalna zdravna strategiya (2014-2020, MZ, Sofiya, 2013
6. Natsionalen доклад за Balgariya-2011g., www.mlsp.government.bg
7. Natsionalna strategiya za dalgosrochna grizha, PMS № 2/07.01. 2014 g.
8. www.age-platform.org
9. http://ec.europa.eu/health-eu/care_for_me/long_term_care/index_bg.htm
10. http://www.knsb-bg.org/pdf/464/Posledici_ot_zastaryawaneto_na_naselenieto_wa_rhu_soc_sistemi.pdf

КОМПЕТЕНТНОСТЕН ПОДХОД В ПРОФЕСИОНАЛНОТО ТУРИСТИЧЕСКО ОБРАЗОВАНИЕ

Антонина Недкова

COMPETENCY APPROACH IN PROFESSIONAL TOURISM EDUCATION

Antonina Nedkova

E-mail: antonina.nedkova@abv.bg

ABSTRACT

In the article the essence of the competency approach in college education in tourism is clarified. There is an analysis provided of the necessary personal qualities and professional competences which the present-day specialist working in the tourism industry should possess.

Key words: *competency, competence, professionalism, qualification characteristics, vocational training*

ВЪВЕДЕНИЕ

Динамичното развитие на комуникационните технологии, осигуряващи нови форми на социално общуване, налага адекватни съдържателни промени в професионално-квалификационната характеристика на бъдещите туристически кадри. Тяхната професионална подготовка включва придобиване на компетенции и компетентно изпълнение на професионални дейности, овладяване на способности, демонстриране на специфични практически умения в съответна професионална среда. Поради това съвременното образование в коледжите и висшето училище налага внедряването на компетентностен подход в обучението на бъдещите туристически кадри. Компетентностният подход включва:

- теоретична обосновка на целите за професионална подготовка;
- теоретична обосновка на необходимия обем учебно съдържание;
- разработване и приложение на практически стратегии в обучението,
- внедряване в учебния процес на съвременни образователни технологии,
- разработване и внедряване на системи за управление качеството на образование,
- разработване на иновационни модели за управление на ВУ и усъвършенстване на системите за тяхното управление,
- внедряване на кредитно-модулната организация на учебните програми,

- разработване и внедряване на инструментариум за педагогическа диагностика.

Неговото приложение стимулира развитие на ключови компетентности у учащите, изразяващи се в: способност към ефективно самообучение; идентифициране и развитие на професионалните възможности на всеки учащ; разработване на образователни тестове за самооценяване учебните постижения на учащите, както и възможности за „външно“ оценяване. Приложението на диагностичния инструментариум се свързва с възможностите, които предоставят дистанционните образователни технологии. По мнение на руски педагози, компетентностният подход е способност да се намери решение на професионални нестандартни ситуации: в познания и обяснения за явления и обекти в обкръжаващата ни действителност; взаимодействие и взаимоотношения с хората; етическа оценка на собствените постъпки и на постъпките на другите; избор на стил на поведение и обосновка на направения избор.

Понятието „компетентност“ е свързано с реформата на съвременната образователна система и по-специално - с професионалното образование и новите изисквания на трудовия пазар. Компетентността и професионалните компетенции са нива на подготовка и личностно развитие, които излизат от рамките на образователната система и функционират в различни сфери. В речника за чужди думи определението компетентност се превежда от

(лат. *competens, competentis*) като: способност, опитност, имащ право или упълномощен да действа или решава. Според руския педагог А. В. Хуторской [11], в съдържанието на основните ключови компетенции се включват: ценностно-смислова, общокултурна, учебно-познавателна, информационна, комуникативна, социално-трудова и личностна компетенция. В своята статия И. А. Зимняя представя класификация на руски изследователи-педагози, които разграничават три основни групи компетентности [4]: компетентности, отнасящи се към себе си като личност, като субект на жизнена дейност; компетентности, отнасящи се към взаимодействие на човека с други хора; компетентности, отнасящи се към дейността на човека, проявяваща се във всички типове и форми.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Компетенцията във висшето образование се определя като способност за прилагане на знания, умения и личностни качества в успешно изпълняване на дейности от различни научни области. Компетентността включва получаване на знания в резултат на проведено обучение (усвоени умения, формиране на ценностна система и трудови навици). А. В. Хуторской [11] определя компетенцията като съвкупност от взаимно свързани качества на личността (знания, умения, навици, способности на дейности), задавани по отношение на определени предмети, процеси, а също и необходими за тях качествени продуктивни дейности. Авторът разглежда компетентността „като овладяване компетенцията на човека, която включва неговото лично отношение към нея и нейния предмет на дейност”. Според В. И. Байденко [1], компетенцията е готовност и способност да се действа целесъобразно в съответствие с поставените изисквания за самостоятелно и методическо организирано решаване на задачи, за самооценка на резултатите от собствената си дейност. Руските педагози И. Г. Галямина и В. И. Байденко [1] определят компетенцията като проява на гъвкавост и мобилност в изменящите се условия на труд. Компетенцията може да се характеризира [6] „като способност за последователно изпълнение на серия от задачи и производствени операции при строго съблюдаване на въведени стандарти”. За нея са присъщи: а) строго подбрани поведенчески актове, които правят изпълнението прецизно;

б) поведение, отразяващо целенасочено формиране на индивидуално-личностни качества.

Компетенцията може да се разглежда като умение за приложение на знанията на практика за решаване на стандартен тип задачи или като способност за пренасяне на знания от една сфера на дейност в друга, умение за творческо приложение на усвоените знания при вземане на решения в нестандартни ситуации. Тя е сложно интегративно свойство на човека, включващо в себе си както съдържателни знания, така и процесуални умения (компоненти), които му позволяват изпълнение на професионална дейност, самостоятелно решаване на производствени задачи, даване на отговор на поставен въпрос. И. А. Зимняя [4] разглежда компетентността „като основна база на теоретични знания и практически умения, интелектуално и личностно обусловен опит в социално-професионалната и жизнена дейност на човека”. Авторката счита, че компетентността се възприема като по-широка категория, отнасяща се не само до овладяването на знания и умения, но и до наличие на определена ценностна система, включваща мотивация, етичност, отношение, поведение. Тя определя компетентността като „винаги актуално проявление на компетенциите”. Пламен Радев [9] дефинира компетентността като „индивидуално интегративно свойство на личността, което се изразява в спецификата на организиране и използване на различни знания и умения и позволява ефективни решения и поведение в различни ситуации”. Авторът определя компетентността като „придобити (овладени) знания, умения и способности на ниво на експертни познания и опит, достатъчни, за да може да се извършва подходяща работа”. Тя „дава възможност за свободно проявление на личността, увереност в собствените професионални умения; тя е залог и предпоставка за творческо, креативно и оригинално изявяване на личността, която се обосновава на дългогодишен практически опит, високо равнище на ерудиция и професионална подготовка. Компетентността може да има приоритетно-интелектуални измерения, формиран и развиван в резултат на усвоени теоретични знания и умения, продължителен професионален практически опит. За ръководителите на туристически кадри компетентността има ключово значение в ефективното планиране, управление и организация на туристическите дейности и услуги. Тя обезпечават потребителите с

висококачествено професионално обслужване, формиране и развитие на социални умения в общуването, умения за приложение на нестандартни решения в практически проблемни ситуации. Компетентността на кадрите в системата на туризма се обуславя от наличието на необходими теоретични знания, специализирани в зависимост от извършваните професионални дейности, практически умения и стремеж към заемане на престижни професионални позиции. Формирането на професионална компетентност е в резултат от многогодишно овладяване на специфични умения, придобиване на утвърдени трудови навици и натрупан богат практически опит при изпълнението на разнообразни туристически дейности и услуги. Категорията „професионална компетентност” Б. С. Гершунский [2] дефинира „като главен образ, равнище на собствено професионално образование, опит и индивидуални способности на човека, неговият мотивиран стремеж към непрекъснатото самообразование и самоусъвършенстване, творческо и отговорно отношение към работата”. Компетентността като комплекс от знания, умения и опит се развива върху основата на интелектуални и специални способности, тясно свързана е с емоционално-волевата сфера, зависи от мотивацията, насочеността и от ценностната система на личността.

Според Зеер [3] „компетентността е способност и готовност на личността към дейности, основани на знания и опит, които се преобразуват в резултат на обучението, ориентиране към самостоятелно участие на личността в учебно-познавателния процес, а така също и насочването към успешно изпълнение на трудова дейност”. Компетентностите са външно задавани стандарти, които имат динамичен характер и се изменят под влияние на множество фактори. Професионалната компетентност включва набор от качества, съответстващи на изисквания, които съвременното общество предявява към специалиста; успешно влияят на учебната дейност; осигуряват перспективни възможности за неговата професионална реализация и кариерно развитие; обезпечават високо равнище на квалификация и образователна подготовка.

За сектор „Туризм”, според изследване на Института за развитие на персонала (CIPD), се установява, че най-често срещаните компетентности се свеждат до: комуникативни умения; управление на хора; умения за работа в

екип; умения за обслужване на клиенти; ориентация към постигане на резултати; умения за решаване на проблеми. Професионално-квалификационната характеристика на бъдещия специалист в колежанското образование по туризъм е тясно свързана с осъвременяване на учебните планове и програми. В тях водещо място заемат компетентностите, съответстващи на лекционното съдържание и проведените практически занятия. Целта на дисциплината е формиране на високо равнище на знания и умения, отговарящи на съвременната подготовка на педагога за професионално обучение. Използвайки европейската система за акредитация на образователните институции, се постига идентифициране на знанията, уменията и навиците, усвоени от учащите се, анализират се придобитите от тях специфични професионални компетентности. В групата на придобитите компетентности в резултат на обучението можем да посочим следните [6]: способност да прилага нормативно-правното трудово законодателство в процеса на изпълнение на туристическите дейности и бизнес-услуги; умение да планира, организира и управлява: хотелиерска, ресторанторска, турагентска или туроператорска дейност, активно да организира и участва в туристически анимации; способност практически да прилага възможностите, които предоставят информационно-комуникативните технологии във всички сектори на туристическия бизнес; умение да работи в екип – в местна и в интернационална среда; умение да владее минимум два чуждестранни езика за преодоляване на езиковата и културна бариера; възможност за комуникации и мобилност в общуването.

На основата на теоретически разработки по въпроса за професионалното туристическо образование, Н. Р. Кельчевская [5] представя следните групи професионални компетентности:

Комуникативни компетентности: умения да общува с клиенти, способност да ръководи и управлява себе си и другите, гъвкавост на поведение, умение да оценява вътрешното състояние на човека: емоционалност, деликатност, доброжелателност, вежливост, екстравертност; организаторски умения (умение да убеждава, увереност, активност, лидерски умения: емоционална устойчивост, емпатия).

Креативни компетентности: познавателна активност, способност бързо да възприема и обработва информация, способност да събира данни от различни области, самостоятелно да

взема решения; способност да реализира планирани в срок поставени цели: проява на инициативност, умение да действа в различни критични ситуации.

Ценностни компетенции: отношение към професионалните дейности, упорство, постоянство, отговорност, добросъвестност, работоспособност, удовлетвореност от собствената професионална дейност: отношение към туристически потребители, поставяне на реалистична самооценка.

Изпълнявайки лидерски позиции, мениджърът трябва да владее следните компетенции, отнасящи се до професионалните дейности:

Компетенции на познавателно-аналитичните дейности: умение да решава проблемни ситуации и изследване на туристическия пазар, умение да използва конкурентни преимущества, да отчита силните и слабите страни на туристическата фирма, да определя принадлежността на потребителя към сегмента на пазара, умение да избира делови партньори.

Компетенции на професионалните дейности в туризма: планиране, проектна дейност на фирмата, управление и моделиране на пазарните ситуации, прогнозиране развитието на туристическата фирма и тенденции за развитието, ориентация в турагентската дейност, знание за туристическите особености на потребителите и тяхното пребиваване зад граница.

Компетенции за внедряване и развитие на информационно-комуникативните технологии в туристическия сектор: умение да приема и обработва информация, знания за специализираните компютърни програми и тяхното практическо приложение, овладяване и развитие на дигитални умения.

Особеностите в подготовката на бъдещите туристически кадри определят специфични потребности в организацията на учебния процес. Според М. И. Пальчук [10], към основните квалификационни характеристики на професионалиста-мениджър се отнасят:

- систематично усвояване и повишаване на съвременните икономически знания;

- равнище на професионална подготовка: умение да планира предстоящата дейност, да отчита изпълнението на възложените задачи, да контролира качеството на изпълняваните дейности, да има управленско-организаторски умения, да анализира процеса на икономическата дейност;

- развитие на икономически значими личностни качества (предприемачество, гостоприемство, организираност, деловитост, творческо отношение към работата, поемане на отговорност);

- степен на социално-психологическа готовност (наличие на вътрешна убеденост, ценностна ориентация, стремеж към постоянен професионален ръст).

Изхождайки от основните потребности и развитие на трудовия пазар и свързаните с него професии, А. М. Новикова [8] представя качествени показатели, които характеризират съвременната професионална подготовка на учащите се: умение да трансформират усвоените теоретични знания и приложението им на практика; комуникативни умения в различни видове туристически дейности; умения за адаптация в професионалните дейности; словесна способност за решаване на проблемни и творчески задачи; активно участие в групови дискусии; умение за поставяне на реалистична самооценка за собствената дейност; залог за бъдещата професионална реализация и кариерно развитие; умение активно да работи в група или екип; умение да оказва влияние над останалите с цел по-добра организация на дейностите (проявление на лидерски качества).

В своята статия О. А. Нивинская [7] споделя наблюдаване на пряка закономерност между личностните характеристики на студента, неговото умение и желание да приложи теоретичните знания на практика още в процеса на обучение и степента на формиране на професионални компетентности на бъдещите специалисти. Това дава възможност, допълва авторката, да се разработят подходи в технологиите за формиране на компетентности на специалиста още в първите години на обучение, а така също и осъществяване на непрекъснат мониторинг на даден процес и при необходимост внасяне на нужните корективи. За практическото внедряване на компетентностния подход в образователния процес на студентите от специалност: „Организация и управление на хотела и ресторанта” е необходимо да се разработи локално равнище на стандарти за образователно-професионални компетенции. Те трябва напълно да обезпечават реализацията на държавните образователни и европейски стандарти. Така един от основополагащите фактори, определящи ефективността на реализация на компетентностния подход в колежа и висшето училище,

се явява взаимно заинтересовано социално партньорство на ВУ от една страна с учащите, а от другата страна – с работодателите.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Постигането на целите на компетентностното обучение се стимулира с внедряването на съвременни организационно-дидактически форми в колежите и висшето училище. С активното участие на студентите в разнообразни учебни дейности като самостоятелна работа; изследователска; проблемно-ситуационна; познавателна и др., се повишава професионалната квалификация и подготовка на учащите за овладяване на задълбочени теоретични знания от познавателен, репродуктивен и творчески характер.

Важно при изучаването на отделните специализирани учебни дисциплини е внедряването на компетентностния подход да се осъществи диференцирано, като се отчита тяхната специфика и профилирана насоченост. С разработването и внедряването на образователни модели се развиват и овладяват професионални умения, необходими на бъдещите туристически кадри, които повишават конкурентоспособността им на трудовия пазар.

ЛИТЕРАТУРА

1. Байденко, 2004: Байденко, В. Компетенции в професиональном образовании к освоению компетентностного подхода. - *Высшее образование в России*, 2004, №11, с.3-13.
2. Гершунский, 1998: Гершунский, Б. Философия образования. Учебное пособие М.,: 1998, с. 432
3. Зеер, 2005: Зеер, Э., А. Павлова А., Э. Сыманюк. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход. Уч. Пособие. М., 2005, с. 216
4. Зимняя, 2004: Зимняя, И. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании. М., 2004, с. 27.
5. Кельчевская, 2004: Кельчевская, Н. Формирование инновационной стратегии образовательных учреждений в системе вуз-предприятие: Дис. д-ра экон. наук. Екатеринбург, 2004, с 357.
6. Недкова, 2010: Недкова, А. Современные требования к обучению и квалификации туристических кадров. - *Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса*, 2010, №1.

7. Нивинская, 2008: Нивинская, О. Компетентностный подход в подготовке студентов специальности „Социально-культурный сервис и туризм”. - *Педагогика высшей профессиональной школы*, 2008.

8. Новикова, 1989: Новикова, А. Педагогические основы формирования трудовых умений. М., Высшая школа, 1989, с.187.

9. Радев, 2005: Радев, Пл. Общочилищна дидактика. Пловдив, 2005.

10. Пальчук, 2007: Пальчук, М. Инновационные технологии обучения в профессиональном образовании в сфере туризма. - www.nbu.gov.ua 2007.

11. Хуторской, 2010: Хуторской, А. Ключевые компетенции и образовательные стандарты. - *Эйдос*, 2002. URL. www.eidos.ru.

REFERENCES

1. Baydenko, 2004: Baydenko, V. Kompetentsii v professionalnom obrazovanii k osvoeniyu kompetentnostnogo podhoda/. - *Vyisshee obrazovanie v Rusii*, 2004, №11, с.3-13.
2. Gershunskiy, 1998: Gershunskiy, B. Filosofiya obrazovaniya Uchebnoe posobie. M., 1998, s.432.
3. Zeer, 2005: Zeer, E., A. Pavlova., E. Symaniyuk. Modernizatsiya professionalnogo obrazovaniya: kompetentnostnyiy podhod: Uch. posobie. M., 2005, s.216.
4. Zimnaya 2004; Zimnaya, I. Klyuchevyie kompetentnosti kak rezultatивно-tselevaya osnova kompetentnosnogo podhoda v obrazovanii. M, 2004, s.27.
5. Kelychevskaya, 2004: Kelychevskaya, N. Formirovaniye inovatsionnoy strategii obrazovatelynyih uchrezhdeniy v sisteme vuz-predpriyatye: Dis d-ra ekon. Nauk. Ekaterinburg, 2004, s.357.
6. Nedkova, 2010: Nedkova, A. Sovremennyye trebovaniya k obucheniyu i kvalifikatsii turisticheskikh kadrov. - *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa*. 2010, № 1.
7. Nivinskaya, 2008: Nivinskaya, O. Kompetentnostnyiy podhod v podgotovke studentov spetsialynosti „Sotsialno- kulyturnyy servis I turizam”. - *Pedagogika vyisshey professionnaly-noy shkolyi*, 2008
8. Novikova, 1989: Nfvikova, A. Pedagogicheskie osnovyi formirovaniya trudovyih umenii. M., Vyisshaya shkola, 1989, s.187.
9. Radev, 2005: Radev, Pl. Obshtouchilishtna didaktika. Plovdiv, 2005.
10. Palychuk, 2007: Palychuk, M. Innovatsionnyie tehnologii obucheniya v professionalnom obrazovanii v sfere turizma. -www.nbu.gov.ua 2007.
11. Hutorsko,y 2010: Hutorskoy, A. Klyuchevyie kompetentsii obrazovatelynyie standarty. – *Eydos*, 2002. URL.www.eidos.ru.

ПОВИШАВАНЕ КОМПЕТЕНТНОСТТА НА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ В КОЛЕЖАНСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ ПО ТУРИЗЪМ

Антонина Недкова

RAISING THE LECTURER' COMPETENCY IN COLLEGE EDUCATION IN TOURISM

Antonina Nedkova

E-mail: antonina.nedkova@abv.bg

ABSTRACT

The article studies the problem of formation and development of professional competency of the lecturer in college education in tourism. Presented and analysed are his/her professional and personal qualities necessary for the achievement of higher efficiency of the learning process and a high level of vocational qualification and training.

Key words: *competency, professional competency, efficiency, quality of education, career development*

ВЪВЕДЕНИЕ

В своя професионален път преподавателят от колежа и ВУ (Висшето Училище) формира и доразвива специфични за направлението индивидуално-личностни качества, натрупва богат практически опит. Длъжностната характеристика на всяка професия изисква овладяване на множество професионални качества и компетенции, които отразяват теоретическа и практическа подготовка на личността, характеризират неговия висок професионализъм. Съдържанието на професионалните компетентности на преподавателя представя неговата квалификационна образователна характеристика. Според руския педагог Л. Кобыльник [3], „тя представлява нормативен модел от компетентности, отразява научно обосновано усвояване на професионални теоретични знания, овладяване на практически професионални умения, придобиване на трайни трудови навици.”

ИЗЛОЖЕНИЕ

Компетенцията може да се характеризира като способност за последователно изпълнение на серия от задачи и производствени операции при строго съблюдаване на въведените стандарти. За нея са присъщи: стриктно подбрани поведенчески актове; поведение отразяващо целенасочено формиране на индивидуално-личностни качества [6].

Според С. Л. Фролова [7] компетенцията е знание в действие. Компетенцията, посочва още авторката, може да се разглежда „като умение за приложение на знанията на практика за решаване на определени стандартни задачи или като способност за пренасяне на знанията от една сфера на дейност в друга, умения за творческо приложение на знанията за решаване на нестандартни задачи”. Компетентността се разглежда като сложно интегративно свойство на човека, включващо в себе си както съдържателни знания, така и процесуални (умения) компоненти, които позволяват ефективно изпълнение на професионални дейности, самостоятелно решаване на производствени задачи, даване отговор на поставен въпрос. И. А. Зимняя [2] разглежда компетентността като „основна база на теоретични знания и практически умения, интелектуален и личностно обусловен опит в социално-професионалната и жизнена дейност на човека. Според Пл. Лазаров [4] „компетентността дава възможност за проява на личността, увереност в собствените професионални умения, качество и ефективност на извършената работа”. Тя се явява залог и предпоставка на личността, обоснован от богат практически опит, високо равнище на ерудиция и професионална подготовка. Компетентността може да има приоритетно-

интелектуални измерения, формира се и се развива в резултат на усвоени теоретични знания и умения, продължителен професионален практически опит. Според Б. С. Гершунский професионалната компетентност се определя като основен образ, равнище на собствено професионално образование, опит и индивидуални способности на човека, неговия мотивиран стремеж към непрекъснато самообразование и самоусъвършенстване, творческо и отговорно отношение към работата.

В своята статия [3] Л. Н. Кобыльник посочва професионално-личностни качества, които трябва да притежава преподавателят за качествено и ефективно изпълнение на професионалната си дейност. Сред основните може са: способност към изпълняване на дейности с цел оптимизиране на междуличностните отношения; умение за проява на творчество при решаване на педагогически задачи, изискващи самостоятелност, креативност, прилагане на индивидуален творчески подход; да притежава способност не само да осъзнава емоционалното състояние на другия, но и да откликва на неговото преживяване, да съчувства и съпреживява; умение за наблюдателност, поемане на отговорност, систематична последователност; умение за емоционална изразителност, комуникативност в общуването и междуличностните отношения; проява на емоционална устойчивост, съръжаност, търпение, педагогически такт; да изразява педагогическа готовност да работи в група; да проявява педагогическо майсторство, както и авторитет сред студенти и колеги, да има чувството за мярка. В професионално-личностното развитие на педагога се детерминира противоречие между качества на личността, съдържащи се в него, и обективните изисквания, норми, стандарти, ценности и професионални дейности.

За постигане на поставените цели и успешни резултати от академичното израстване на преподавателя особено значими са качества като: професионална готовност, готовност към действия, готовност към саморазвитие, професионално съзнание и самосъзнание, формиране на мотивация в професионалната подготовка и педагогическата дейност.

Според Т. И Булгакова [1] професионалната компетентност на педагога включва: равнище на знания, умения, навици и способности, реализирани в процеса на обучение,

педагогическо майсторство, наблюдателност, умение да създава благоприятен психологически климат в група, умение за научно-изследователска активност. Университетският преподавател, подчертава авторката, е необходимо да бъде ерудирана, творческа личност, да има високо равнище на теоретични знания, да прилага съвременни методи и образователни технологии в обучението, да умее да излага учебното съдържание в достъпна форма, да притежава и развива умение да подбужда когнитивен интерес у учащите се към изучаваната научна област. От особено значение за студента са присъщи качества на педагога като: високо интелектуално равнище; добра академична памет; умение да преработва и трансферира усвоените теоретични знания; комуникативност; умения да работи ефективно в група; умение да генерира получените знания по изучаваните учебни дисциплини, които да прилага успешно в практиката.

Университетският преподавател днес може да усъвършенства своя педагогически опит в различни направления:

- в професионалната сфера (знания по дисциплините, които преподава);
- в областта на методите на преподаване (овладяване на съвременните технологии, нови форми и методи на обучение, технологии за диагностика на академичните постижения на учащите се);
- в повишаване на своята научна степен или академична длъжност;
- в сферата на педагогическата психология.

В съответствие със съвременните тенденции в образованието, към педагогическите компетентности на преподавателя се отнасят следните способности: самостоятелно учене; оценяване на ситуацията и собствените педагогически възможности; вземане на решения и поемане на отговорност за тях; адаптиране към изменящите се условия на живот и труд; избиране на съвременни иновационни способности за дейности или трансфериране на предишните с цел тяхната оптимизация; определяне на цели и задачи в обучението, планиране на педагогическата дейност; осъществяване на текущ контрол, оценяване процеса на обучение и резултатите от дейността; перманентно повишаване на своята квалификация или „преквалификация”.

За повишаване професионалното равнище на педагога се изисква изпълняване на дей-

ности в следните направления: получаване на задълбочени научни знания и самостоятелно усвояване на новото учебно съдържание; повишаване на психологопедагогическото равнище; развитие на способност за работа в група, уважаване решението на колектива и активно участие в дейностите на образователната институция; усвояване на методите на научноизследователските дейности, умения да намира, анализира и обобщава научна информация, експериментално да проверява ефективността на нововъведенията. Професионалните умения на педагога водят до следните способности: търсене и използване на методическа литература и други източници на информация, необходими за подготовка и провеждане на учебни занятия в областта на научно-позвателните дейности; определяне на педагогическите цели и задачи на организация на учебната дейност, като се отчита възрастта на обучаваните; използване на различни методи и организационни форми на обучение; планиране на ситуации, стимулиращи общуването на учащите, използване на вербални и невербални средства; подбор и използване на подходящи дидактически материали; идентифициране и развиване на творческите способности на учащите се.

Компетентността на преподавателя се повишава и чрез непрекъснато самообразование. Информационно-комуникативните технологии се използват не само като източник на информация; те обезпечават внедряване на съвременни образователни технологии, повишават образователната активност на педагога към непрекъснато образование и самообразование. Самообразованието предполага развитие на преподавателя като личност и професионалист, способен да повиши равнището на професионалните си компетентности и професионално-личностни качества. В процеса на самообразование педагогът може да използва различни източници на информация: изследване на специализирана литература и материали в Internet-пространството, аудио- и видеоматериали, посещаване на курсове за повишаване на квалификацията, семинари, конференции, участие в състезания, изложения и др. за повишаване на професионалната си квалификация и подготовка, за формиране на своята информационна култура [6]. Според Л. Милков [5] информационната култура на преподавателя характеризира неговата способност да използва информационните ресурси, съвременни средства на информати-

ката и информационните технологии. Тя включва в себе си умения и способности да използва ИКТ в практическите дейности, съвременни програмни продукти, знание за информационните процеси и успешното им управление.

Информационната култура на преподавателя е свързана с модернизацията на висшето образование в следните области: усвояване на съвременни знания в областта на информатиката и ИКТ; приложение на информационните технологии в конкретни предметни области; формиране на специфични информационни взаимодействия между преподавател и учащи се.

Информационната култура на университетския преподавател обогатява съдържателна учебните дисциплини в отношение на използване на ИКТ. Реализацията на този процес е насочен в две направления:

- информатизацията на обучението включва широк аспект от съдържанието на учебните дисциплини като фундаментален блок или специализиращи образователни модули;

- обогатяването на учебното съдържание създава условия за изграждане на нова информационна култура у учащите се и професионални компетентности на бъдещите специалисти, които ще реализират своята практическа дейност в нова информационна среда.

Днес съществуват множество разнообразни форми и средства за повишаване квалификацията на педагога. В процеса на самообразование преподавателят може да използва информационно-комуникативните технологии в следните образователни форми: дистанционни курсове за обучение; дистанционни конференции, дистанционни семинари; дистанционни конкурси; педагогически форуми [6].

Новите информационни технологии обхващат всички страни на образователния процес: планиране и реализация на получената информация, формиране на умения за дистанционно общуване, умения за непрекъснато усъвършенстване процеса на образование и самообразование. ИКТ изменят съдържателната част на преподавателската дейност. Необходимо е съвременният педагог да разработва нов учебен курс за обучение на студенти, които да могат да се ориентират в научната информация, която да обезпечи ново съдържание на общуване както между преподавател и студенти, така и общуване между сами-

те студенти. В ситуация на от-крито образование студентите се намират в голяма зависимост от образователните ресурси, в сравнение с традиционното обучение. Ролята на преподавателя се състои основно в създаване на обучаващи дидактически материали с помощта на информационно-комуникативните технологии. Използването им открива нови перспективни възможности за самореализация. Те се изразяват в следните образователни ресурси: разработване на комплект електронни лекции, обединени по предметна тематика или методика на преподаване; разработване на пакет от тестови материали в електронен вид; разработване на комплект от дидактически методики по определена учебна дисциплина: самостоятелни, практически и контролни работи; създаване на отделни глави или страници от електронен учебник; разработване на пакет от дидактически материали по една от педагогическите технологии: интерактивно, диференцирано, блоково и др. видове обучение [6].

Високата информационна култура на педагога намира реализация при избора на стратегия на преподаване, иновационни образователни технологии, в синтез с професионалните знания и умения, управление, контрол и оценяване качеството на обучение и в неговите крайни резултати.

Особено важни за преподавателя се явяват резултатите от процеса на самообразование, които могат да се изразят в следните педагогически аспекти: повишаване качеството на преподаваните дисциплини, като се определят показатели за ефективност и на обучението; разработване и издаване на методически пособия: статии, учебници, учебни помагала, учебни програми, педагогически изследвания, монографии; разработване на нови форми, методи и прийоми на обучение; изработване на дидактически материали, тестове, нагледни материали; провеждане на учебни занятия по авторска създадена технология; създаване на комплект от дидактически разработки; тренинги, семинари, конференции, обобщаване на резултатите от проведения изследователски експеримент [6].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Самообразованието на преподавателя ще бъде продуктивно, ако в процеса на неговата реализация се удовлетворят потребностите му от академично развитие и саморазвитие. Важ-

ни за педагога са овладяването на способности за самопознание и самоанализ на педагогическия опит, развиване на способност към рефлексия. При анализ на педагогическите дейности възниква необходимост от получаване на „нови“ теоретични знания, от овладяване на умения за диагностика и самодиагностика на учащите се, необходимост от приложение на практическите умения в анализирани учебните постижения на учащите се. Програмата за развитие на педагога включва в себе си възможност за изследователски дейности, готовност към педагогическо творчество, осъществяване на взаимосвързано личностно и професионално развитие и саморазвитие, стремеж към непрекъснато самообразование.

ЛИТЕРАТУРА

1. Булгакова, 2009: Булгакова, Т. Показатели качества образования. Барнаул, 2009
2. Зимняя, 2003: Зимняя, К. Ключевые компетенции - новая парадигма результата образования. - *Высшее образование сегодня*, 2003. №5, с. 33-42.
3. Кобыльнич, 2014: Кобыльнич, Л. Профессиональная компетентность педагога высшей школе. - *Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики*, 2014.
4. Лазаров, 2010: Лазаров, Пл. За професионалната компетентност на туристическите кадри. - *Посоки*, 2010, №2.
5. Милков 2009: Милков, Л. Информационната култура на преподавателя като фактор за създаване на качествени образователни услуги във висшето училище. С., 2009.
6. Недкова, 2012: Недкова, А. Самообразование преподавателя как фактор повишения качества образовательного процесса. – Сборник материалов XIV-ой Международной научно-практической конференции Киев-Лондон.
7. Фролова, 2010: Фролова, С. Инновационно понимание модели специалиста как образа профессионального идеала. - *Педагогическое образование в России*, 2010, №2, с.122-129

REFERENCES

1. Bulgakova 2009: Bulgakova, T. Pokazateli kachestva obrazovaniya. Barnaul, 2009.
2. Zimnaya 2003: Zimnaya, K.A. Klyuchevyie kompetencii - novaya paradigma rezultata

obtazovaniya. - Vyishee obrazovanie segodnya, 2003. №5, s. 33-42.

3. Kobyl'nyk, 2014: Kobyl'nyk, L.N. Professional'naya kompetentnost pedagoga vysshey shkole. - *Sovremennaya nauka: Aktualnyie problemy teorii i praktiki*, 2014.

4. Lazarov 2010: Lazarov, Pl. Za profesional'nata kompetentnost na turisticheskite kadri. - *Posoki*, 2010, №2.

5. Milkov, 2009: Milkov, L. Informatsionnata kultura na prepodavatelya kato factor za sazda-

vane na kachestvena obrazovatelna usluga vav vissheto uchilishte. S., 2009

6. Nedkova, 2012: Nedkova, A. Samoobrazovanie prepodavatelya kak factor povyisheniya kachestva obrazovatelynogo protsesa. -Slownik materialov XIV-OY Mezhdunaronoy nauchno-prakticheskoy konferentsii Kiev-London.

7. Frolova, 2010: Frolova, S. Innovatsionno ponimanie modeli spetsialista kak obraza professionalynovogo ideala. - *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, №2, 2010, s.122

ЕСТЕТИЧЕСКО И ЕКОЛОГИЧНО ВЪЗПИТАНИЕ НА УЧЕНИЦИ В УСЛОВИЯ НА ИНТЕРАКТИВНА ДЕЙНОСТ ПРИ РАБОТА ПО ПРОЕКТ

Красимир Николов, Дечко Игнатов, Неделина Иванова, Хабибе Хамид

AESTHETIC AND ECOLOGICAL EDUCATION OF STUDENTS IN TERMS OF INTERACTIVE ACTIVITIES IN PROJECT WORK

Krasimir Nikolov, Dechko Ignatov, Nedelina Ivanova, Habibe Hamid

E-mail: k_nik@abv.bg

ABSTRACT

The article presents a study of the aesthetic and ecological education of students in terms of interactive activities in a project. The aim of the study is to determine the importance of the aesthetic and ecological education, both in terms of socialization and conditions as an interactive activity. The majority of the students perceive learning as an obligation that is not a pleasurable pursuit. The use of interactive teaching methods is referred to as a tool to help the partnership between teacher and student. To what extent are these perceptions formed in the family and the parents' worldview, aesthetics and ecology? Who is responsible for the formation of the personality of the adolescents when they are children: the teacher or the family?

Key words: aesthetics, ecological education, interactive activities, group work

* Авторите изказват благодарност към научен проект НИХ-325/2014 към НИС при Университет „Проф. д-р Асен Златаров“, за частичното финансиране на настоящата работа

Прагматичната ориентация на образованието изисква доближаване на основните цели на УВ към европейските стандарти и житейските ситуации в страната. Това насочва процеса на обновление първо към подготовка и квалификация на учителите и обогатяването на деловите, психическите, личностните и професионалните качества, развитие на рефлексията, към възбуждане на емоциите, възприятията и преживяванията на децата, изграждане на качества, умения и получаване на знания по пътя „учене чрез преживяване“.

Базиран върху тези тенденции, се проведе Научен проект НИХ – 325/2014 към НИС при Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ на тема: „Изграждане и развитие на креативните детски способности, двигателни умения и навици чрез интегрирано обучение“. Неговата основна насоченост е към стимулиране на детските креативни способности при използването на художествено–творчески и двигателни методи. Разглеждат се развитието на естетически възприятия, екологично възпитание и умения за групова работа по импровизиран или зададен проект.

Проектът е ориентиран към възможностите за прилагане на естетическо и екологично възпитание на групата ученици от експерименталната целева група. Проведено е изследване за изграждането на двигателно–творчески модели от учениците по зададени единни критерии в условията на комбинирани интерактивни, двигателни и художествено–творчески методи на обучение.

Същност на естетическото възпитание:

Под това понятие се разбира система от мероприятия, посредством които изкуството, красотата на художествените произведения и природата, естетическият идеал, способстват за формирането на човешката личност. Естетическото възпитание си поставя за цел създаването на цялостна, хармонична личност с развит естетически вкус и култура. [1]

Наталия Ветлугина разглежда естетическото възпитание на децата като част от околната действителност; анализира педагогическото въздействие при възпитаването на естетическото отношение към обкръжаващата среда, природата, бита, изкуството.

Тя свързва естетическото възпитание с моралните ценности при формирането на съзнанието на детето. Най-характерните признаци на нравствеността в естетическото възпитание са емоциите на децата при откриването на явления от социалния живот, емпатийното съпреживяване на общи чувства и активни опити за преобразяване на тези явления, макар и под формата на игра. Така се поражда желание да се участва с различни художествени дейности в преобразяване на околната действителност, общество и природа.

Като основни задачи на естетическото възпитание Ветлугина поставя:

1. Системно да се развиват естетическите възприятия и представи на децата. Изкуството способства за това да се повиши емоционалната отзивчивост на децата и увлечението към изкуството.

2. Да се приобщават към дейности от различни области на изкуството. По този начин, получавайки първоначални художествени знания и практически умения, те ще възпитат у себе си потребности за общуване с прекрасното, ще създават навици за естетизиране на околната среда.

3. Формирайки у себе си естетически вкус, те ще могат да оценяват естетичното в произведенията на изкуството и явленията в живота.

4. Развиване на художествено – творческите способности на децата. Художествено – творческата дейност трябва да бъде непринудена, с творческо въображение и инициатива. Колкото повече са развити художествените умения, толкова повече се развива детската творческа дейност. [2]

Според Ветлугина факторите, които определят естетическото възпитание при децата, са:

1. Игра – да умеят самостоятелно да измислят сюжети за игра, да провеждат необходимата подготовка за атрибутите за играта, роли, реплики, мизансцен. При изграждане на фигури от различни материали да използват правилни цветове, форми, пропорции, да оценяват качеството на изработените материали.

2. Бит – умение да бъдат вежливи, да поддържат чистота и ред, да се стремят да поддържат външния си вид спретнат. Да знаят, че красиво е това, което е чисто и подредено.

3. Трудова дейност – да не се пренебрегват колективните трудови дейности; децата да умеят да се самообслужват – подредено учебно място, чисто облекло, подредена стая.

4. Природа – да се наблюдава и отбелязва красотата в околната природна действител-

ност. Да се различават различните растителни видове, техните форми и начин на вегетация. Да се опознаят природните явления.

5. Окръжаващ обществен живот – да познават и обичат своя роден край, да познават и отбелязват различните обществени празници /официални, фолклорни, традиционни/.

6. Занимания с различни видове художествена дейност – емоционално да възприемат съдържанието на художествените произведения. Да могат да правят връзката идея – съдържание – средства за изразяване. Да разпознават познати произведения и запомнят нови. Да се занимават с желание с различни видове художествена дейност, като отдават предпочитание на някои от тях. При изпълнение на творчески задачи да се стремят да доведат замисъла до край. Да има критерии за качество и оценка на достъпни за деца художествени произведения. [2]

Комплексният характер на дейността предполага и базиране на ценностите на екологическата естетика. Понятието произлиза от древно гръцката дума „oikos“ – дом, жилище, местообитание. Това понятие се отнася до естетическите аспекти на околната среда, в която човек се вплита органично като неразривна част от кръговрата на явленията и силите в нея. Смисълът е в това да се определят взаимоотношенията на хората и биосферата. Образователната страна е свързана с отстояването на хуманни принципи към цялостното отношение към природната среда, с нуждата от изграждане на екологично отношение към социално-естетическите норми на обществото. Образователната страна е свързана и с изграждане на естетически вкус, идеал, естетически норми и предпочитания. [1]

За реализацията на експеримента актуални и ориентирани към целите са интерактивните методи. „Интерактивни са методите, основани едновременно на получаване на знания, формиране на умения и изграждане на нагласи чрез поставяне на участниците в ситуации, в които могат да взаимодействат и след това да обсъждат на основата на преживяното“. Те дават възможност за личностно развитие на основата на съпреживяването, взаимосъдействието, диалога, анализа и вземането на решения по определен проблем. Интерактивните методи поставят педагозите и децата в ситуации на постоянно обсъждане, изразяване на собствено мнение, способности, индивидуален стил. [7]

Основни цели на работата ни :

1. Повишаване качеството на образование и възпитание в НБУ „Михаил Лъкатник“ чрез системно използване на интерактивни методи във възпитателно-образователния процес.

2. Формиране на емоционално-положително отношение и изграждане на мотивационна, умствена, волева и нравствена нагласа при общуването.

3. Разкриване на заложбите и развитие способностите на децата в стимулираща, позитивна, естетична, функционална и достъпна среда.

Интерактивните методи се използват както в НУ, така и в ДГ. Под малка група се разбира немногочислена относно състава си група, чиито членове са обединени от една обща социална дейност и са в непосредствен личен контакт, който е в основата на появата на емоционални взаимоотношения, група норми и групови процеси. В момента има около петдесет различни бази на класификация на малките групи. Най-често срещани са трите класификации: разделение на малките групи на „първични“ и „вторични“; на „официални“ и „неофициални“; на „членство в групата“ и „референтни групи“.[7]

Важна роля в характеристиката на групи, занимаващи се с групови социални и психологически процеси - тези, които организират групови дейности, са: комуникация, взаимодействие, междуличностни отношения, власт, лидерство и др. Специфичните характеристики на психологията на групата са показателни за положението на индивида в нея. [3]

За емпиричен модел на изследването беше проведен урок с прилагане на интерактивни методи - работа по ситуация и работа в малки групи. Използвана беше базата на НБУ „Михаил Лъкатник“ - Бургас, с ученици от трети клас. Темата на урока е „Пролет“.

Чрез нагледните методи, прилагани при обучението по изобразително изкуство, учителят насочва вниманието на учениците към темата на урока. Класът е разделен на групи, като се прилага техника за работа в малка група. Теоретично обосноваване на експеримента е идеята за груповата организация на образователния процес на В. Каландаров.[6]

Етапите са:

1. Определяне на екипите на доброволен принцип, според предпочитанията на участниците в дейността.

2. Избор на лидер в групите – според желанието на членовете.

3. Обсъжда се условието на задачата, което трябва да бъде разбрано от всички.

4. Разпределят се „ролите“ при дейността.

5. Обсъждат се вариантите на отговори на основата на взаимен обмен на информация, опит и компетентности. Всеки член на екипа изразява своята позиция.

6. Провежда се самоконтрол и взаимоконтрол на решението. Коригират се допуснатите грешки.

7. Прави се оценка и самооценка на изпълнението на задачата и на работата на членовете на екипа. Коментира се как са се справили всички, в сравнение с постиженията при други задачи. Избира се кой да отчете дейността и да мотивира общото решение.

8. Всеки екип отчита изпълнението на задачата пред групата. Изразява се мнение за представянето. Могат да се направят допълнения и корекции. Учителят също прави своята оценка, поощрява или порицава участниците в педагогическото взаимодействие, обобщава представянето на всеки екип и на групата като цяло.

Тъй като темата на урока бе „Пролет“. Три момиченца от класа – Валя, Поли и Ваня, трябваше да отговорят правилно на посочените от учителката гатанки, свързани с пролетта. Ваня стана отговорник на отбор „Кокиче“, Валя - на отбор „Минзухар“, Поли - на отбор „Лале“. Отборите сами избираха какво ще изработват, като отговорниците им трябваше да представят пред останалите решението на отбора си.

Отбор „Кокиче“ реши да изработи от хартия и картон великденска украса за класната стая или за дома. Отбор „Лале“ реши да пресъздаде празника Цветница, като използва картон, цветна хартия, хартиени ролки и опаковки от млека. Отбор „Минзухар“ е зае с направата на украса за стая на предучилищната група за пролетта, като използва хартиени ролки, картон и цветна хартия. Така избраните изделия от учениците всъщност представляваха плоски или обемни конструкции. След изчерпателното представяне за изделията си, отборите пристъпиха към групова работа. Като странични наблюдатели учениците оставиха у нас нагласата за правилно използване на екологичните материали; съвсем несъзнателно те застъпиха множество екологични проблеми, като отправиха най-важното екологично послание – екологичните материали да не се изхвърлят, а да се използват за направата на различни изделия, стига да ги познаваш

добре и да умееш да боравиш с тях. Учениците спокойно и спонтанно си разделяха задачите, да за се получат най-оригиналните изделия, отговарящи на изискванията, поставени от учителката.

След като при вършиха работата си, отборите представиха своите изделия от отпадъчни материали пред останалите, като трябваше да ги анализират и дадат оценка. Отборът на Ваня изработи кокошки и малки пиленца, като реши да ги подари на предучилищната група. Отбор „Лале“ изработи макет на пролетна градина. Тяхното изделие може да бъде използвано за Цветница, 22 март, Великден. Отбор „Минзухар“ изработи пеперуди и малки пиленца за украса за дома, за класната стая, за подарък.

След като представиха изделията си по отбори, учениците трябваше да дадат оценка за всеки отбор, като оценките бяха 4, 5 или 6. Всеки отбор трябваше колективно да даде своята оценка на база на посочени критерии.

След като учениците поставиха сами оценки, учителката също даде своята оценка. На първо място се класира отбор „Лале“, следван с малка разлика от другите два отбора.

Изводи и препоръки:

След провеждането и отчитането на педагогическия експеримент се наложиха следните изводи:

1. Груповата работа в началните класове води до по-високо ниво на познавателната дейност на учениците и развитие на креативните процеси.

2. Чрез условията на групова дейност се предоставя възможност за учебни и творчески дискусии. Решаваща е обмяната на опит между учениците, отстояването на мнения, отхвърлянето на неверните отговори; изпълнението на творческите задачи е гъвкаво и разнообразно.

3. Учениците по-лесно се ориентират в използването на разнообразни изобразителни техники и материали за работа.

4. Изграждането на конкретни и общи учебно-познавателни и организационни умения за групова работа се извършва в определена последователност. Постепенно се преминава от възпроизвеждаща към вариативна и творческа активност. Тази активност се самоналага от взаимодействията в груповото решаване на творческите задачи.

5. Взаимодействието между учител и ученици, между учениците и групи, се обуславя от различни фактори: педагогическо майст-

ворство на учителя, възрастови особености, мотивация и степен на подготовка.

6. При груповата учебна работа се формират способности, нужни за сътрудничество и общуване в групата: възприемане и разбиране на идеите на другия, регулиране на поведението в съответствие с възможностите на участниците в общуването. Развиват се умения за ръководство и подчиняване на собствената дейност в съответствие на изискванията на групата.

7. Стимулират се свободата и инициативността на учениците.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ангелов, В. Речник на термините по естетика, С., 1995.

2. Ветлугина, Н. Художественное творчество и ребенок, М., 1972.

3. Десев, Л., Педагогическа психология, С., 1996.

4. Димчев, В., Изобразително изкуство – методика. С., 1993.

5. Занков, О. Развитие и диагностика на изобразителните способности на децата от предучилищна и начална училищна възраст. В. Търново, 2005.

6. Каландаров, В., П. Петров. Система за групово-съревнователна организация на образователния процес в средните училища и детските градини – теоретико – експериментален модел, С., НИИО, 1991.

7. Петров, П., М. Атанасова. Образователни технологии и стратегии на учене. С., 2001.

REFERENCES

1. Angelov, V. Rechnik na terminite po estetika, S., 1995.

2. Vetlugina, N. Hudozhestvennoe tvorchestvo i rebenok, M., 1972.

3. Desev, L. Pedagogicheska psihologia. S., 1996.

4. Dimchev, V. Izobrazitelno izkustvo – metodika. S., 1993.

5. Zankov, O. Razvitie i diagnostika na izobrazitelnite sposobnosti na detsata ot preduchilishtna i nachalna uchilishtna vazrast. V. Tarnovo, 2005.

6. Kalandarov, V., P. Petrov. Sistema za grupovo-sarevnovatelna organizatsia na obrazovatelnia protses v srednite uchilishta i detskite gradini – teoretiko – eksperimentalen model, S., NIIO, 1991.

7. Petrov, P., M. Atanasova. Obrazovatelni tehnologii i strategii na uchene. S., 2001.

МАРКЕТИНГОВИ ИЗСЛЕДВАНИЯ В СПОРТНО-ТУРИСТИЧЕСКАТА АНИМАЦИЯ

Георги Ангелов Димитров

MARKETING RESEARCH IN SPORTS ENTERTAINMENT OF TOURISTS

George Angelov Dimitrov

E-mail: dgad@abv.bg

ABSTRACT

Some marketing research results of the sports entertainment industry are dealt with in the present article. The possibilities before sports entertainment activities and services in Bulgarian seaside resorts to reach top world standards are analysed.

Key words: *sports product, sports staff, sports entertainment, seaside resorts*

ВЪВЕДЕНИЕ

Динамиката на пазарната икономика в туристическата индустрия все повече издига ролята на информацията, а от там и на маркетинговите изследвания. Днес спортно-развлекателният бизнес налага необходимостта от перманентно вземане на решения. Компетентното набиране, обработване, анализиране и използване на всеотна актуална информация спомага за намаляване на стопанския риск, увеличаване ефективността на „производството“ на спортно-туристически услуги и нарастване обема на продажбите.

Един от най-отговорните елементи в организацията на спортно-туристическата дейност е разработването и предлагането на подходящи програми за свободното време на почиващите туристи. Според Г. Рафаилова, „Маркетинговата дейност в туризма трябва да осигурява баланс между индивидуалния контакт с туриста, както и персонализацията на продукта и обслужването на клиента, базирано на новите технологии и комуникации.“ [3] В своите изследователски публикации за спортно-туристическите кадри Г. Димитров пише следното: „Всяка съвременна спортно-развлекателна фирма в туризма се нуждае от съвременна концепция за управление на нейния кадрови ресурс. Кадрите като ценен ресурс имат право на усъвършенстване качеството на трудовия живот, обучение и развитие.“ [1]

Сн. Томова твърди: „Анимационният продукт е много специфичен, тъй като удовлетворява потребности и предпочитания, които

бързо се променят. Поради това неговият жизнен цикъл е свързан с необходимостта от непрекъснатото му обновление и високото му качество.“ [4] Голямо приложение намират социологическите изследвания в спортно-туристическия маркетинг. Според Г. Димитров, „При маркетингови изследвания в туристическите центрове е необходимо изготвяне на програма. В нея трябва да е записано какво и защо се прави, какви методи ще се използват и срокове за изпълнение. Тя трябва да съдържа 6 раздела (Фиг. 1).“ [2]

Интензивното развитие на маркетинга в спорта през последните години на миналия век е продиктувано от редица фактори. В тази насока са работили С. Гуськов, Й. Калайков, Г. Димитров, Б. Цолов и др. Към факторите несъмнено трябва да бъдат добавени поне още два с висока значимост. Според Б. Цолов тези фактори са следните: „Спортът да бъде конкурентоспособен на другите социални сфери; интензивното развитие на научните достижения в спорта и оформянето на спортната наука като високоинтегративна наука.“ [5]

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Целта на настоящия труд е приложението на маркетинговите изследвания в българските морски курорти и установяване измеренията и причините както за удовлетвореността, така и за неудовлетвореността на туристите от закупуването на предлагания пакет от спортно-развлекателни услуги в спортно-туристическата анимация.

Задачите за разрешаване от научноизследователския екип са:

1. Изследване удовлетвореността на туристите от използването на спортно-развлекателния продукт в морските ни курорти.

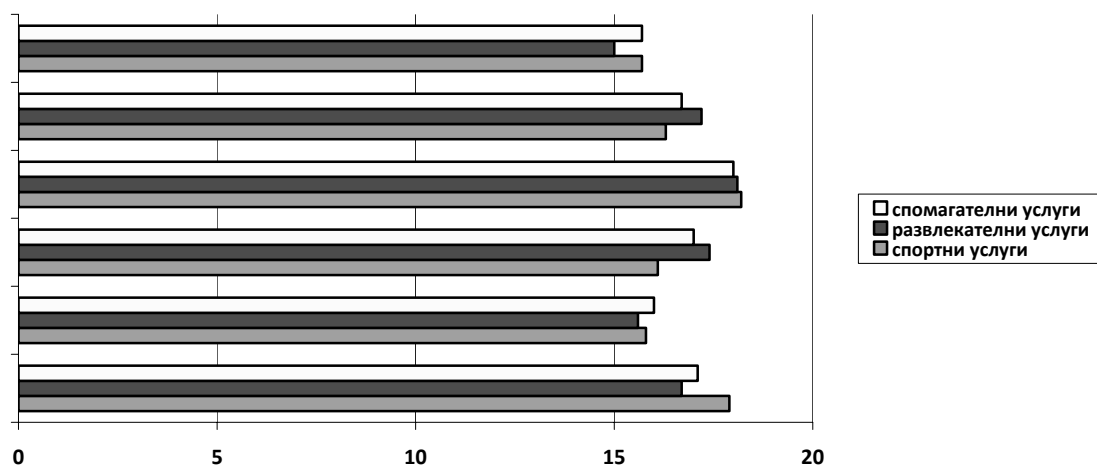
2. Изследване и анализиране качеството на спортния продукт и удовлетвореността на туристическата клиента от неговото предлагане в морските курорти.

3. Предлагане на четиристъпкова процедура за измерване удовлетвореността от спортните услуги/продукти в туристическите центрове.

4. Представяне на модел на маркетингови проучвания на спортно-анимационни услуги и продукти в туристическия бизнес.

ОРГАНИЗАЦИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Обект на изследване беше спортно-развлекателният продукт, предлаган в българските морски курорти (КК „Св. К. и Елена”, КК „Слънчев ден”, ВС „Елени”, КК „Сл. бряг”, ВС „Дюни”, КК „Приморско”). Научната разработка обхваща периода „Лято’2013”. Изследването обхваща следните туристи (по националности) - германци 17,8%; англичани - 15,6%; скандинавци - 9,4%; руснаци - 19,6%; чехи - 10,5%; поляци - 8,8%; румънци - 10,3%; българи 11,6%; и спортните кадри: а) спортни инструктори - 34,56%; б) спортни аниматори - 34,68%; в) помощен спортен персонал - 30,76%.



Легенда: 1) КК „Св.К. и Елена”; 2) КК „Слънчев ден”; 3) ВС „Елени”, 4) КК „Сл. бряг”, 5) ВС „Дюни”, 6) КК „Приморско”

Фиг. 1. Удовлетвореност на туристите от ползването на спортно-развлекателни услуги

Най-търсената спортна услуга е „плуване”- 12,9%. Поддредането на останалите четири

Изследването протече в три етапа.

Първи етап: Подготовка на анкетни карти, изследователски картони и въпросници за интервюта. Той обхваща времето II-III. 2013 г.

Втори етап: Провеждане на изследвания на терен. Времето за работа на терен –V-IX. 2013 година.

Трети етап: Обработка на получените резултати, анализ, изводи, становища и препоръки. Продължителността на този етап е три месеца – X-XII. 2013 г.

Използвани бяха следните методи за събиране на данни: а) персонални интервюта „лице в лице”, б) анкета, в) експеримент, г) математико-статистически анализ.

АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ

Научното изследване обхваща три групи услуги в спортно-туристическия бизнес – спортни, развлекателни, спомагателни. Във всяка група бяха включени по пет услуги – спортни услуги (уиндсърфинг, плуване, тенис, плажен волейбол, плажен футбол); спортно-развлекателни услуги (водни колела, возене във вода на „банан”, лодка за разходка, каране на колело/рикша; каране на джет); спортно-спомагателни услуги (масаж, сауна, калолечение, лечебна физкултура, плажен чадър/шезлонг). Това са най-търсените услуги в морските курорти. Получените процентни резултати са посочени във фигура 1.

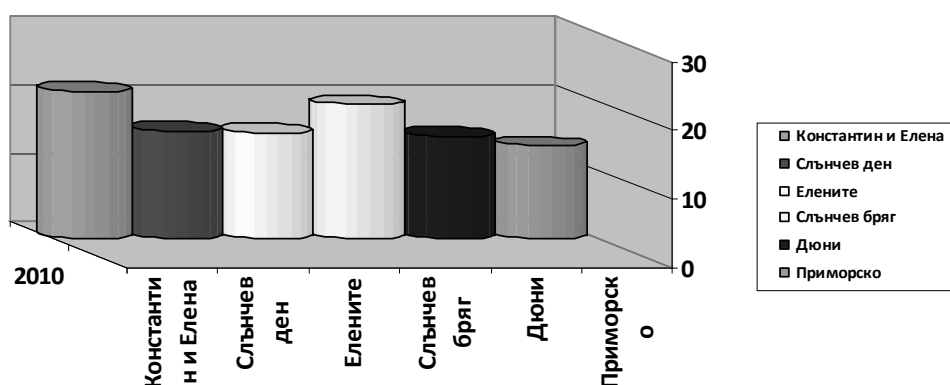
услуги от тази група е в следната последователност: 2-3) „тенис”/„плажен футбол”- 10,

5%; 4) „уиндсърфинг”- 10,3%; 5) „плажен волейбол”- 9,9%. Плуването е желан спорт от туристите. Няма възрастова граница. Туристите плуват сутрин в морето, а следобед в плувните басейни. Услугата „плуване” се използва за тренировъчна и състезателна дейност, за обучение и усъвършенстване, като хоби и за шоу. Туристите изпитват голямо удовлетворение при съчетание на слънце и вода. Всичко това води до по-голямо търсене на услугата „плуване”. Изследването се провежда в шест морски курорта. Туристическите центрове въз основа на търсенето на пет спортни услуги се подреждат в следната последователност: а) КК „Слънчев бряг”- 18,2%; б) КК „Св.св. Константин и Елена”- 17,9%, в) ВС „Дюни”- 16,3%, г) ВС „Елени”- 16,1%, д) КК „Слънчев ден”- 15,8%, е) КК „Приморско”- 15,7%.

Най-желаната спортно-развлекателна услуга от туристите е „каране на водни колела”- 11,7%. Останалите развлекателни услуги се подреждат в следната последователност: 2) „возене във вода на „банан”- 11,3%; 3) „лодка за разходка”- 10,4%; 4) „каране на колело / рикша”- 10,3%; 5) „каране на джет”- 3,63%. Въз основа на получените процентни резултати от изследването (сбор от 5 спортно-развлекателни услуги), туристическите центрове се подреждат в следната последователност: а) КК „Сл. бряг”-18,3%, б) ВС „Елени”- 17,1%, в) ВС „Дюни”-17,0%, г) КК „Св. К. и Елена”-16,9%, д) КК „Сл. ден”-15,4%, е) КК „Приморско”-15,2%.

Туристите подреждат спомагателните услуги в следната последователност: 1) „плажен чадър/шезлонг”- 12,9%, 2) „масаж”- 10,8%, 3) „лечебни/СПА процедури”- 9,6%, 4) „сауна”- 9,4%, 5) „калолечение”- 8,5%. Туристическите центрове въз основа на процентните стойности, получени от търсенето и желанието да се ползват петте спортно-спомагателни услуги (масаж, сауна, калолечение, лечебна физкултура, плажен чадър/шезлонг), се подреждат в следната последователност: а) КК „Св.св. К. и Елена” 18,6%, б) КК „Сл. ден”- 17,9%, в) ВС „Елени” 17,4%, г) КК „Слънчев бряг”- 16,9%, д) ВС „Дюни”- 15,6%, е) КК „Приморско”- 15,4%.

Днес спортно-анимационният продукт трябва да отговаря на съвременните тенденции в спортно-туристическата индустрия. Той не поставя за цел високи спортни постижения, а удовлетвореност от едно приятно, наситено с положителни емоции преживяване. Изследователският екип изследва този важен въпрос: „удовлетвореността на туристите от използването на спортно-развлекателния продукт в морските ни курорти”. В изследването взеха участие туристите от 6 курорта: германци - 17,8%, англичани - 15,5%, скандинавци - 10,2%, руснаци - 17,4%, чехи - 10,5%, поляци - 8,8%, румънци - 8,3%, българи- 11,6%. Въз основа на съотношението на туристически групи (по националности) в курортите, изследователският екип извърши изследването. Резултатите са отразени- фиг: 2

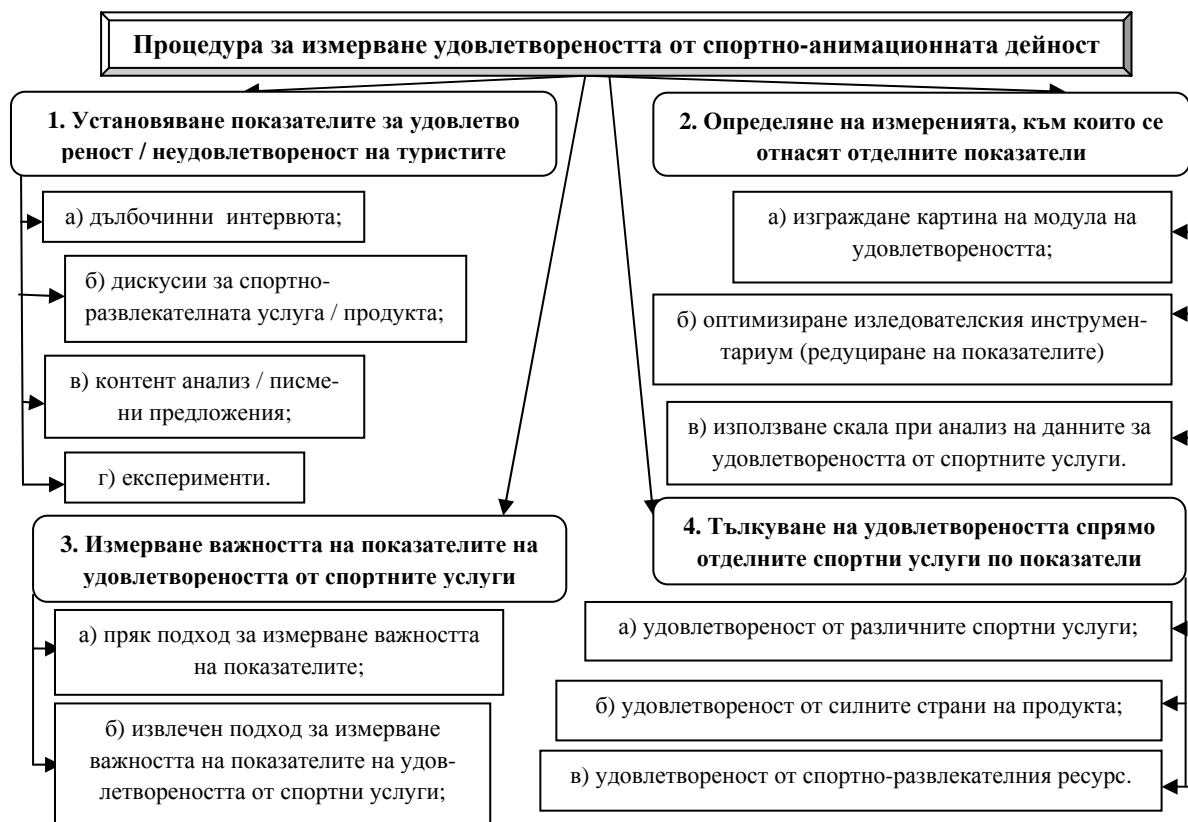


Легенда: 1)КК„Св.К. и Елена”; 2)КК„Слънчев ден”; 3)ВС„Елени”, 4)КК„Сл. бряг”, 5) ВС„Дюни”, 6)КК „Приморско”

Фиг: 2 Конкуренция в качеството на спортно-развлекателния продукт

Изследователският екип предлага четиристъпкова процедура за измерване на удовлетвореността / неудовлетвореността от спортно-

анимационните услуги и продукти в туристическите курортит. (Фиг: 3)



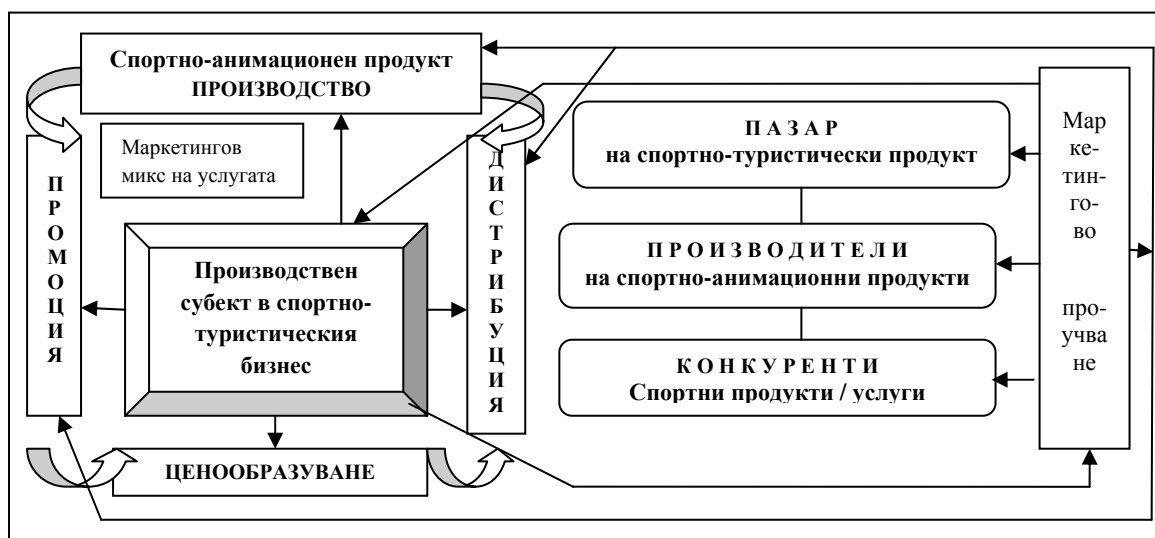
Фиг. 3 Четиристъпкова процедура за измерване на удовлетвореността от спортните услуги / продукти в туристическите центрове

Процедурата за измерване удовлетвореността от спортно-анимационната дейност преминава през четири стъпки: I. Установяване показателите за удовлетвореност / неудовлетвореност на туристите – тук се подготвят въпросите за интервюта, експериментите, контент-анализът. II. Определяне на измеренията, към които се отнасят отделните показатели – изграждане картина на модула, съставяне на оценъчна скала. III. Измерване важността на показателите - измерване на важността на показателите. IV. Тълкуване на удовлетвореността спрямо показателите- за спортните услуги, спортно-развлекателните продукти, спортно-анимационните кадри.

Предпоставките за обособяването и развитието на маркетинга в своето съдържание показват, че спортът не може да бъде изолиран от социалната и пазарната среда. Заплахата маркетингът в спортно-туристическия бизнес да не бъде конкурентоспособен на другите социални системи и икономически отрасли

доведе до необходимостта да се интегрира стабилно с множество научни дисциплини. В резултат на все по-засиленото приложение на маркетинга в него, особено през последните двадесетина години на миналия век, се стигна до обособяването на научното направление „Спортен маркетинг“. То бе създадено и навлезе у нас благодарение научните изследвания на голям брой специалисти, между които W. Stanton, T. Levitt, G. Torkildsen, Griffiths, R. Bagozbi, D. Cooke, P. Bennet, D. Calhoun, S. Hardy, W. Sutton, P. Cheladurai, B. Mullin, Desbordes, F. Ohl, G. Tribou, С. Гуськов, Б. Цолов, Й. Калайков, Цв. Цветков, Г. Димитров, П. Банков, Д. Дашева, Ив. Сандански, М. Бъчваров и др.

Спортният маркетинг е система от управленски дейности на производствените субекти в спорта, насочени към ефективно производство и реализация на спортно-анимационните продукти в туристическите центрове. (Фиг: 4)



Фиг: 4 Модел на маркетингови проучвания в спортно-туристическия бизнес

Специфичните характеристики на спортния маркетинг в туристическата индустрия могат да бъдат систематизирани в следните направления:

- а) маркетингово съдържание на спортно-анимационните услуги/продукти;
- б) характер на потребностите на потребителите;
- в) съдържание и характеристики на спортно-туристическия пазар;
- г) структурно-функционална същност на производствените структури в спортно-туристическия бизнес;
- д) специфика на спортно-анимационните услуги/продукти в туризма;
- е) управление на елементите на маркетинговия и промоционния микс;
- ж) специфика в детайлите на маркетинговите проучвания в туристическия бизнес.

ИЗВОДИ

1. В курортните комплекси най-много са търсени от туристите спортните услуги. Те се разделят на две групи: а) спортни услуги на плажната ивица; и б) спортни услуги извън плажната ивица. Изследването подрежда спортните услуги на плажната ивица в следната последователност: а) плуване - 12,9%; б) тенис- 10,5%; в) плажен футбол - 10,4%, г) уиндсърфинг - 10,1%, д) плажен волейбол - 9,9%.

2. На второ място желани и търсени от туристическия контингент са спортно-развлекателните услуги. Те се разделят също на две групи: а) спортно-развлекателни услу-

ги на плажната ивица; б) спортно-развлекателни услуги извън плажната ивица. Изследването подрежда спортно-развлекателните услуги на плажната ивица в следната последователност: а) водни колела - 11,8%; б) возене във вода на „банан“- 11,3%; в) лодка за разходка- 10,4%; г) каране на велосипед/ рикша - 10,3%, д) каране на джет - 3,63%.

3. На трето място туристите търсят и ползват спортно-спомагателните услуги. Получените резултати подредиха тези услуги в следната последователност: а) плажен чадър/ шезлонг - 12,9%; б) масаж - 10,8%; в) лечебни/СПА процедури - 9,6%; г) сауна- 9,4%; д) калолечение- 8,5%.

4. Удовлетвореността на почиващите туристи от предлагания спортно-анимационен продукт в курортните комплекси ги подреди в следната последователност: а) КК „Константин и Елена“- 21,5%; б) КК „Слънчев бряг“- 20,4%; в) КК „Слънчев ден“- 18,6%; г) ВС „Елени“- 17,3%; д) ВС „Дюни“- 17,1%; е) КК „Приморско“- 16,9%.

5. Удовлетвореността на почиващите туристи (по националности) от предлагания спортно-анимационен продукт в българските морски курорти е следната: а) руснаци - 16,9%; б) германци - 14,8%; в) англичани - 14,1%; г) българи - 13,8%; д) чехи - 12,3%; е) румънци - 12,2%; ж) скандинавци - 11,6%; з) поляци - 11,5%.

6. Въз основа на оценката на спортно-анимационните кадри в българските морски курорти, те се подреждат в следната последователност:

1. КК „Св.Св. Константин и Елена” – 26 т.
2. КК „Слъчев ден” – 25 т.
3. ВС „Елени” – 25 т.
4. КК „Слънчев бряг” – 24 т.
5. ВС „Дюни” – 23 т.
6. КК „Приморско” – 23 т.
7. Изследователският екип предлага четиристъпкова процедура за измерване на удовлетвореността от спортния продукт в курортите. Включени са следните стъпки:
 - а) показатели за удовлетвореност / неудовлетвореност на туристите;
 - б) определяне на показателите и техните измерения;
 - в) измерване важността на показателите на удовлетвореността от спортните услуги;
 - г) тълкуване на удовлетвореността спрямо отделните спортни услуги по показатели.

ЛИТЕРАТУРА

1. Димитров, Г. Управление на спортно-развлекателните кадри в туристическата фирма. Бургас, Димант, 2013, с.6.
2. Димитров, Г. Управление на спортно-развлекателната дейност в туризма, Бургас, 2005, с.71.
3. Рафаилова, Г. Маркетинг в туризма. Варна, Наука и икономика, 2010, с.36.
4. Томова, Сн. Анимация в туризма. Варна, Наука и икономика, 2010, с.84.

5. Цолов, Б. Основи на маркетинга в спорта, София, 2008, с.60.
6. Cooke, D., Packaging for prestige: The tennis advantage. IRSA Club Business, 1987.
7. Kotler, Ph., Marketing Management. New York, Prentice-Hall. Inc., Englewood Cliffs, 1988.
8. Stanton, W., Fundamentals of Marketing. McGraw-Hill, 1981.

REFERENCES

1. Dimitrov, G. Uprsvlenie na sportno-razvlekatetelnite kadri v turistiqskite firmi, Izd. Dimant, Burgas, 2013, s.6.
2. Dimitrov, G. Uprsvlenie na sportno-razvlekatetelnata deinost v turizma, 2005, s.71.
3. Rafailova, G. Marketing v turizma, Izd. Nauka I ikonomika, Varna, 2010, s.36.
4. Tomova, Sn. Animacia v turizma, Izd. Nauka I ikonomika, Varna, 2010, s.84.
5. Colov, B. Osnovi na marketinga v sporta, Sofia, 2008, s.60.
6. Cooke, D., Packaging for prestige: The tennis advantage. IRSA Club Business, 1987.
7. Kotler, Ph., Marketing Management. New York, Prentice-Hall. Inc., Englewood Cliffs, 1988.
8. Stanton, W., Fundamentals of Marketing. McGraw-Hill, 1981.

ПРАЗНИЦИТЕ КАТО ФОРМА ЗА ПЕДАГОГИЧЕСКО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ ДЕТСКАТА ГРАДИНА И СЕМЕЙСТВОТО

Златка Димитрова

FESTIVALS AS A FORM OF EDUCATIONAL INTERACTION BETWEEN THE KINDERGARTEN AND THE FAMILY

Zlatka Dimitrova

E-mail: dimitrova.zlatka@yahoo.com

ABSTRACT

The topic of this report results from the idea to imagine festivals as a form of interaction between the educational staff and the family and the ways in which to provoke initiative and activity by children and their parents. The interaction between children, parents and guests in the festive program plays an important role in shaping the children's development of their social and emotional intelligence. Cooperation between parents and teachers is also important for the education of youngsters: they feel more confident and willing to attend kindergarten.

Key words: *festivals, kindergarten, family, interaction*

ВЪВЕДЕНИЕ

„Семейството като основна структурна единица на обществото и естествена среда на израстване и благополучие на всички негови членове и особено на децата, трябва да получи необходимата защита и помощ, за да поеме напълно своите отговорности в общество-то”[9].

Джойс Епщайн е един от най-често цитираните автори по отношение на теорията за родителското участие. По тази причина Epstein Family-School Partnership Model, 1996, е най-популярният в западното предучилищно и начално училищно образование.

Най-важните среди, в които децата растат и се развиват, са: семейството; училището (детската градина); обществото.

Образователната институция и семейството споделят отговорностите за възпитанието, образованието и социализацията на детето. Въпреки че различните институции провеждат специфични възпитателни практики, съществува поле на съвместна дейност, което е важно за възпитанието на детето.

Способността на родителите да са отговорни и грижовни оказва силно влияние върху самочувствието на детето и социалните взаимодействия през целия му живот.

Счита се, че първите седем години от живота са от решаващо значение за оформянето на психиката на човека. Те обуславят личността му такава, каквато ще бъде през остатъка от живота му.

Взаимоотношенията ни с хората и света са повлияни от тези с родителите ни. Отношенията между самите родители и тези с други членове на семейството, както и тези, съществуващи в предишни поколения, в повечето случаи се оказват определящи за връзките ни със света и другите. Моделите на родителско поведение се копират от децата. Подходите за действие в реалните житейски ситуации на родителите, често са прототип на действията на децата и се отразяват на бъдещото им поведение.

Реализирането на активно взаимодействие между семейството и детската градина се изследва на различни нива – психологическо, педагогическо, нормативно. Сред множеството теоретични анализи ще посочим примери за такова взаимодействие, които представляват добри практики, ценни и полезни в работата на детския педагог [7, с. 252].

Семейството и детската градина, респективно родителите и учителите, следва да имат постоянна връзка и да подават своевременно информация за здравословното състояние на детето, неговите предпочитания, навици, ин-

тереси, които, макар да са динамична величина, са обозрим обект.

Преминавайки през детската градина, детето и неговото семейство натрупват социален опит в процеса на институционално и лично общуване, който им помага полесно да се адаптират към условията на взаимодействие в началното училище.

Един от аспектите на това взаимодействие е участието на родителите в празниците на децата в детската градина. Традиционните измерения на участие на родителите в празничния календар на детската градина са две – материални или логистични. Която и форма на участие да предпочитат родителите, резултатът е повишаване на положителните нагласи на семейството към организацията на работа в детската градина и създаване на чувство на удовлетвореност от успешно свършената работа [7, с.253].

В настоящата разработка предлагаме технология за организация на съвместен празник с родителите, подходящ за деца от предучилищна и начална училищна възраст.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Празник е ден от годината, в който по историческа традиция е прието времето да се прекарва радостно, като обикновено всеки празник има своя специфична церемония. Празникът е ден в памет на нещо или някой. Ден, чието предназначение е да извади съзнанието ни от вихъра на ежедневните ни грижи и да ни постави там, където минало, настояще и бъдеще стават едно – във вечността [10].

В зависимост от спецификата на темата, празниците могат да имат театрална част, която да бъде реализирана с масово изпълнение, представено на определена сцена с определено място за изпълнители и зрители. Юбилейните празници и годишните концерти са пример за този тип представяне. Този вид празници са най-често реализираната форма за изява на децата от детската градина.

Тук е представена технология на организация на празници, които са свързани с годишния тематичен календар, рождени и именни дни в групата и/или други спонтанни инициативи, предложени от деца и родители.

Технологията е базирана на разбирането за активно участие на родителите в този вид дейности, характерни за живота в детската градина.

Организацията и провеждането на празника включва следните съдържателно-структурни компоненти:

Тема

От темата на празника зависи хода на събитието и планирането на дейностите. Темата трябва да се изпълни със съдържание, да се открият подходящи действащи лица, да се формират образи, да се подберат герои, да се направи подходящо музикално оформление. Именно темата определя подбора на концертните изпълнения, песните, танците, театралните сюжети и игрите. Темата традиционно е съобразена с празничния календар. Примерни теми могат да бъдат: „Коледен празник“, „Ден на бащата“, „Пролетен празник“, „Празник на детската градина“ и др. п.

Търсенето и избора на нетрадиционна тема или поставянето на провокативно заглавие на позната тема е препоръчително, защото предизвиква любопитство у бъдещите участници и изпълнители. Добре е децата и родителите да бъдат провокирани и стимулирани от педагозите сами да „открият“ нетрадиционна идея и да ѝ поставят атрактивно и ангажиращо вниманието заглавие. Педагогическото майсторство се състои в това да се мотивират и предразположат родителите за съвместна работа с педагога и децата. Примерни нестандартни теми, които са апробирани в практиката, са: „Балониада“ – всички игри, песни, танци и предизвикателства са с балони, „Бонбонландия“ – бонбонено парти, „За купата на дядо Коледа“ – вместо коледен спортен празник, „За медалите на мама“ – вместо 8-ми март, „Познаваш ли своето дете“, „Кой е по-по – най...“.

Място

Правилният избор на място за провеждане на празника води до насищането му с емоционален заряд и гарантира успеха на планираните дейности. Празникът може да се проведе в самата детска градина, на стадион, в читалище, в зала, в парк, в училище, в университет, както и на нестандартно и малко познато място – напр. музей, емблематична за населеното място площ на открито и др. Подбраната среда за реализиране на празника може както да предразположи, така и да попречи на доброто провеждане на празника.

Подходящото подреждане на местата за зрителите играе важна роля, за да се почувстват те активни участници в забавлението. Възможността на всеки да наблюдава добре и при желание от пасивен да стане активен

участник в представлението се постига чрез предварително добре обмислена схема на подреждане на местата за сядане, декора, мястото на озвучителната уредба, на артистите и т.н. Препоръчваме по възможност сцената за провеждане на празника да не съвпада с входа и/или изхода за зрителите. Това разсейва участниците и пречи на безпроблемното протичане на празника. Подреждането на местата във формата на буква П, което изглежда повече като полукръг или подкова, дава възможност да се подпомогне взаимодействието между всички участници.

Средствата

Средствата са възможни инструменти, с помощта на които се осъществява идеята на празника. Към тях се отнасят: декорации, оформление на сцената или площадката, атрибути и реквизит, които се използват в процеса на самото представление. Като изразни средства за въздействие върху зрителите се използват:

- песни; танци; емоционална жива картина композиция, предполагаща мигновено приковаване на вниманието на зрителите към представянето и реализирането на дадената тема;

- допълнителни средства на празника са фойерверки, зари, балони, пускане на гълъби и др.

Препоръчваме използването на средствата да не е с голяма продължителност, както и самите изпълнения да са разнообразни, но не самоцелни, а обслужващи конкретна идея. Добър тактически ход от страна на организаторите е продължителността на изпълненията да бъде такава, че зрители и участници във всеки един момент да са заинтригувани и в очакване да се случи още нещо интересно.

Броят и възрастта на участниците

Броят и възрастта на участниците е важно условие за успешното планиране и подготовка на празника. Подборът на изпълненията, игрите, музиката, песните, танците и всички други изразни средства трябва да са подходящи за възрастта на децата и техните родители, съобразени и с културните, социалните и етнически различия на семействата.

Сценарий

Изготвянето на сценария е най-важният етап от подготовката на празника. Той определя начина, по който ще се реализират темата, идеите и решаването на задачите, които са възникнали в процеса на организирането на празника. Създаването на сценария е съвмес-

тна работа между учители, родители, деца, външни специалисти, при необходимост – аниматори, художници, музикален оформител.

Участниците в празника се делят на две групи:

➤ активни участници – непосредствени участници в празника. Това са децата, родителите, учителите, аниматорите;

➤ пасивни участници – роднини, гости, зрители.

Важна задача на учителите (аниматорите) е да обединят именно тези две групи, така че да се установи тясна връзка и контакт между действията и възприятията. Зрителите да успеят да съпреживеят и активно да се включат в празника, емоционално да изразят своето отношение. Целта е чрез подходящи форми и увлекателни действия една част от пасивните зрители да се превърнат в активни участници.

Начини за повишаване на

заинтересоваността на зрителите:

Активното включване на зрителите в действията чрез вдъхновяващи изпълнения на участниците

Индивидуалните представяния предизвикват притеснение у повечето хора, затова препоръчваме сформирането на отбори, малки или големи групи, в зависимост от идеята и броя на участниците.

Примерно разделяне може да стане, ако предварително на входа на всеки участник в празника се раздадат различен цвят балони, бонбони, картинки с животни, растения и др. В подходящия момент от участниците се изисква да се разделят според цвета на балона, който са получили при влизането в залата; цвета на опаковката на бонбона, който са получили; групата животни, към които принадлежи животното на картинката, която са получили, и т.н.

Максимално сближаване на изпълнители и зрители чрез превръщане на зрителите в участници в определени действия.

При съвместен празник най-често се използва поканата от страна на децата (изпълнителите) към своите родители (зрителите) за участие в следващата игра, танц или друго предизвикателство.

Емоционално въздействие върху зрителите (театрално, музикално, цветово, фойерверки).

Изпълненията, подбора на музиката, украсата, костюмите на участниците, подготовката на реквизит и др. са част от нещата, които

могат да направят всички съпричастни към идеята на празника.

Поощрение на зрителите със сувенири, подаръци, изненади.

Методическа подготовка и реализиране на празника:

Празникът се отличава от всички други форми по следните параметри:

➤ В празника има „пред-празничност“.

Очакването на предстоящия празник е свързано с емоции и настроение и в този период е много важно да се анонсират дейностите, които предстоят, за да се подготвят участниците за приближаващото събитие. Разлепят се обявите, създава се събитие в социалните мрежи, реклама в медиите, подготвя се конкурсна програма, ако е предвидена такава.

Сценаристите на празника разработват сценарий, в който обикновено се предвиждат игри, песни, танци, състезания и конкурси. Програмата трябва да бъде съдържателна, разнообразна, интересна, да съдържа развлечения за различни възрасти, както и да бъде вариативна, т.е. да подлежи на промяна чрез взаимно заменяеми елементи във всеки един момент от провеждането съобразно настроението и динамиката на групата.

➤ В сценария на празника е необходимо да има: начало, развитие, кулминация и финал.

➤ Празникът може да бъде на няколко места едновременно – например: в залата има концерт, във фойето на залата – конкурс (танцов, на рисунки, викторини), пред залата спортни състезания и т.н.

➤ Подготовката и провеждането на празника може да се счита за една от най-важните функционални активности на учителите (аниматорите).

Организационните функции на учителя се изразяват във формиране на емоционалното състояние на родителите и децата, реализирането на техния творчески потенциал, развитие на ценностната им ориентация, създаване на непринудена обстановка, установяване на по-близки контакти, намаляване на стресовите ситуации.

Основни принципи при организиране на празника:

1. Да се отчете продължителността на всички игри, танци, активности като цяло. Ако програмата стане много дълга, е добре да се раздели на две части с почивка между тях за зрителите и децата.

2. Подреждането на отделните елементи от сценария да се съобрази с техническите и организационните проблеми, които биха могли да възникнат.

3. Да не се допускат еднообразни по жанр и настроение активности.

4. Да се осигурят подходящи условия за изпълнението на всяка активност.

5. Програмата да се състави така, че да се отчита градирането на зрителския интерес. Това изисква най-атраktivните, динамични и интересни изпълнения да се оставят за финала на празника.

6. В началото на празника е добре да има ефектно изпълнение, за да се привлече вниманието на зрителите.

7. Сцената трябва да бъде добре подготвена, като се помисли за: микрофоните; реда на участниците и тяхното влизане и излизане на сцената; осветление; музикално оформление; водещи; реквизит; плавна смяна на активностите; липса на паузи между изпълненията; сценариен ред, подчинен на определена, достъпна за зрителя логика.

Когато на едно място се съберат много непознати хора, от начало те проявяват признаци на стеснителност, съдържаност и скованост. Учителите (аниматорите) са тези, които създават подходящи условия за доброто самочувствие на децата, родителите и гостите, за да може те да общуват помежду си и да изпитват удоволствие от това.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Взаимодействието на деца, родители и гости в празничната програма играе важна роля за изграждане на личността на детето, за развиване на неговата социална и емоционална интелигентност.

Участието на всички заинтересовани в процеса на планиране и реализиране на празника е надежден подход за активно включване на родителите в реалния „живот“ на детската градина и началното училище. Създават се условия родителите да излязат от традиционната си роля на зрители и контролиращи постиженията на децата и учителите, за да проявяват активност и инициативност в участието и в самите действия. Последното има и възпитателен ефект върху тях, тъй като те ще се сблъскат с трудностите и проблемите, съпътстващи подготовката и реализацията на едно празнично събитие, и ще осъзнаят ис-

тинските предизвикателства на възпитанието на децата.

Не на последно място, непосредственото участие на родителите и децата влияе на техните положителни нагласи към детската градина, предизвиква удовлетвореност от постигнатото и създава добро настроение и емоционален подем, снижава възможните нездрави претенции към образователната институция.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гюров, Д., В. Гюрова, И. Колева, Р. Пенев. Модели на педагогическо взаимодействие семейство – детска градина. София, 2008.
2. Динчийска, С. Детето, семейството, детската градина. Стара Загора, 1993.
3. Додсън, Ф. Изкуството да бъдеш родител. София, 2005.
4. Костова, П. Семейно възпитание. Велико Търново, 1997.
5. Пенев, Р. Педагогическо образование на родителите. София, 2002.
6. Събева, Е. Иновационни акценти в диадата детска градина – семейство. - Сб. „*Детската градина и семейството – традиции, ценности и иновации*“. Бургас, 2011
7. Терзиева, Св., Семейството – институцията в детската градина и началното училище. – Сб. „*Детската градина и семейството - традиции, ценности, иновации*“, Бургас, 2011.
8. <http://roditeli.bg>

9. <http://sacp.government.bg/normativna-ured-ba/mejdunarodni-konvencii/konvencia-pravata-deteto/>

10. <http://bg.wikipedia.org/wiki/>

REFERENCES

1. Gurov, D., V. Gurova, I. Koleva, R. Penev. *Modeli na pedagogicheskoto vzaimodeistvie semeistvo-detska gradina*. Sofia, 2008
2. Dinchiiska, S. *Deteto, semeistvoto, detskata gradina*. Stara Zagora, 1993.
3. Dodsan, F. *Izkustvoto da badesh roditel*. Sofia, 2005.
4. Kostova, P. *Semeino vazpitanie*. Veliko Tarnovo, 1997.
5. Penev, R. *Pedagogicheskoto obrazovanie na roditelite*. Sofia, 2002.
6. Sabeva, E. *Inovatzionni aktzenti v diadata detska gradina – semeistvo*. - Sb. „*Detska gradina I semeistvoto – traditsii, tsennosti I inovatsii*“. *Dokladi ot nauchna konferentsiya s mejdunarodno uchastie*. Burgas, 2011.
7. Terzieva, Sv. *Semeistvoto – instituttsiyata v detskata gradina I nachalnoto uchilishte*. - Sb. „*Detska gradina i semeistvoto – traditsii, tsennosti I inovatsii*“. *Dokladi ot nauchna konferentsiya s mejdunarodno uchastie*. Burgas, 2011.
8. <http://roditeli.bg>.
9. <http://sacp.government.bg/normativna-ured-ba/mejdunarodni-konvencii/konvencia-pravata-deteto/>.
10. <http://bg.wikipedia.org/wiki/>.

**АНАЛИЗ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО ФИЗИЧЕСКО ВЪЗПИТАНИЕ И СПОРТ В
УНИВЕРСИТЕТ „ПРОФ. Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ“ - БУРГАС И НАСОКИ ЗА НЕГОВОТО
ПОДОБРЯВАНЕ**

Нина Богданова

**ANALYSIS OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS CLASSES AT PROF. DR ASSEN
ZLATAROV UNIVERSITY, BURGAS AND GUIDELINES FOR THEIR IMPROVEMENT**

Nina Bogdanova

E-mail: nina_pb@abv.bg

ABSTRACT

Physical education and sports occupies and will occupy a significant place in the formation of students' personality. The organization of the educational process in physical education in schools and universities in particular does not create lasting habits of exercise and sports, thus the upbringing and education of the younger generation leads to low physical fitness and abilities and ill health.

Key words: *university, sports, health, training, students, curricula*

ВЪВЕДЕНИЕ

През последните години се обръща все по-голямо внимание на развитието на спорта във висшите учебни заведения. Съвременните условия, в които живеем, динамиката, от която сме заобградени, изискват наличието на здрави, физически подготвени и социално активни специалисти. Според И. Иванов „Разкриване на реалното състояние и място на физическите упражнения във всекидневния бит на студентите е от голямо значение, тъй като те са най-мощното средство в борбата против отрицателните явления, диспропорцията между растящата интензификация на учебната дейност, социалните условия на живот и намаляващата се двигателна активност и физически възможности на студентската младеж“ [3]. Поради тези причини обучението по дисциплината „Физическо възпитание и спорт“ заема важно място в програмата на студентите от Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас.

Обект на изследването е обучението по физическо възпитание и спорт в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас.

Предмет на изследването са учебните планове на специалностите към всички факултети и колежи по дисциплината „Физическо възпитание и спорт“ в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас.

Целта на изследването е да се анализира и обобщи разпределението на часовете в учебните планове по дисциплината „Физическо възпитание и спорт“ и да се дадат насоки за неговото подобряване.

Актуалността на статията произтича от действащите нормативни документи на национално и университетско ниво:

„Целта на физическото възпитание и спорта е подобряване на здравето и физическата активност на нацията чрез системни занимания с физически упражнения и спорт от всички възрасти.“ -Закон за физическото възпитание и спорта, чл. 2,(1). [2]

„Физическото възпитание и спортът във висшите училища са неразделна част от обучението на студентите под формата на задължителни и факултативни занимания, с минимален хорариум на задължителните занимания от 60 часа годишно за студентите, които се обучават за придобиване на образователно-квалификационната степен „бакалавър“. - Закон за физическото възпитание и спорта, чл. 25, (1). [2]

„Оценъчната система за физическата годност на студентите се определя от висшето училище.“ -Закон за физическото възпитание и спорта, чл. 25, (3). [2]

„Задължителните занимания по физическо възпитание и спорт във висшите училища от 60 часа годишно за образователно-квалифи-

кационната степен „бакалавър“ или за образователно-квалификационната степен „магистър“ се включват в учебния план за обучение по съответната специалност. Те могат да се провеждат и извън определения максимален хорариум за придобиване на съответната образователно-квалификационна степен.“ - Правилник за прилагане на Закона за физическото възпитание и спорт, чл. 36, (1). [4]

„Разпределението на часовете за занятията по ал. 1 се извършва за всяка учебна година по семестри. Учебните програми по физическо възпитание и спорт за различните специалности се разработват след съгласуване с предложенията на студентския съвет и се утвърждават от академичния съвет на висшето училище.“ - Правилник за прилагане на Закона за физическото възпитание и спорт, чл. 36, (2). [4]

ИЗЛОЖЕНИЕ

Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас е висше училище, в което се извършва обучение на студенти, докторанти и специализанти в различни специалности и професионални направления. Обучението в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас се осъществява в четири факултета – Факултет по технически науки, Факултет по природни науки, Факултет по обществени науки и Факултет по обществено здраве и здравни грижи. В неговия състав влизат и три колежа - Технически колеж, Медицински колеж и Колеж по туризъм. Дисциплината „Физическо възпитание и спорт“ се отнася към задължителните дисциплини на степените „професионален бакалавър“ и „бакалавър“ и се изучава от студентите - редовно обучение. В първи курс в учебната програма са предвидени 60 учебни часа по ОФП (обща физическа подготовка), разпределени в двата семестъра. Целта на тези занятия е да обогатят двигателната култура, физическата дееспособност и да подобрят здравето на студента; да формират и създадат нужните навици и умения за самостоятелни занимания с физически упражнения. Тук са включени дисциплини от лека атлетика (скокове, бягане, хвърляния) и спортовете: футбол, бас-

кетбол, волейбол, фитнес, бадминтон, тенис на маса, аеробика, каланетика. Във втори, трети и четвърти курс часовете са задължително-избираеми, като броят им зависи от ОКС съответно: за „професионален бакалавър“ - 120 учебни часа упражнения; за „бакалавър“ - 180 учебни часа упражнения. Това са занятия по ССП (спортно специализирана подготовка) – изборна по отношение на вида спорт и задължителна по отношение на участие на студентите в нея. Тук учебната работа трябва да се насочи към съчетаване на физическата подготовка с обучение и усъвършенстване на двигателни умения и навици от техниката на избраната спортна дисциплина или спорт.

Предлаганите спортове са: футбол, баскетбол, волейбол, хандбал, тенис на маса, каланетика, фитнес, туризъм/ориентиране. Дисциплината „Физическо възпитание и спорт“ приключва със заверка при вземане на нужния хорариум от часове за всеки семестър. Оценка по дисциплината имат регулираните специалности от професионалните направления - „Помощник фармацевт“ „Рехабилитатор“ към МК и „Медицинска рехабилитация и ерготерапия“, „Медицинска сестра“ и „Здравен мениджмънт“ към ФОЗЗГ. При тях съгласно изискванията за регулираните професии всяка от задължителните дисциплини приключва с изпит. От 2014 г. с решение на Академичния съвет (протокол № 39) оценката по дисциплината „Физическо възпитание и спорт“ за всички останали специалности в Университета отпадна.

В **Таблица 1** е предоставена информация за хорариума часове по физическо възпитание и спорт по извадка от учебните планове на всички специалности към отделните факултети и колежи по курс, семестри и учебни часа седмично, както и кои специалности имат оценка по дисциплината. От нея се вижда, че в учебните планове всички факултети и колежи са спазили изискването съгласно Закона за физическото възпитание и спорт за броя часове според ОКС по дисциплината „Физическо възпитание и спорт“.

Разпределението на часовете по семестри обаче е различно.

Таблица 1: Семестриално и седмично отразяване на часовете по физическо възпитание и спорт по учебен план по факултети и колежи към Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас

Факултети/ Колежи	I курс		II курс				III курс				IV курс				Общ хора- риум	О Ц Е Н К А		
	I сем.	A	II сем.	A	III сем.	A	IV сем.	A	V сем.	A	VI сем.	A	VII сем.	A			VIII сем.	A
ФТН - Е,КСТ	30ч.	2	30ч.	2	45ч.	3	45ч.	3	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2		240ч.	не	
ФПН, ФТН	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	240ч.	не
ФОН	30ч.	2	30ч.	2	45ч.	3	45ч.	3	45ч.	3	45ч.	3				240ч.	не	
ФОЗЗГ- МРЕ	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	45ч.	3	45ч.	3		240ч.	да	
МС	30ч.	2	30ч.	2	45ч.	3	45ч.	3	45ч.	3	45ч.	3				240ч.	да	
ЗМ	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	45ч.	3	45ч.	3	30ч.	2	30ч.	2		240ч.	да	
ТК	30ч.	2	30ч.	2	45ч.	3	45ч.	3	30ч.	2						180ч.	не	
МК	30ч.	2	30ч.	2	60ч.	4	60ч.	4								180ч.	да	
КТ	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2	30ч.	2				180ч.	не	

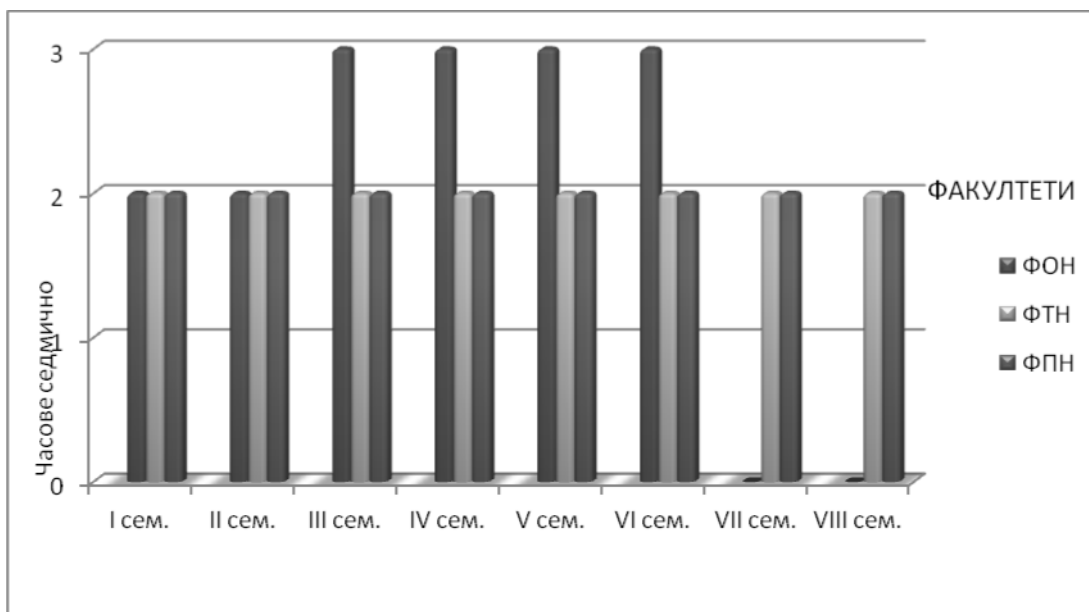
Легенда: А - учебни часа седмично; **ФТН** - Факултет по технически науки; **ФПН** - Факултет по природни науки; **ФОН** - Факултет по обществени науки; **ФОЗЗГ** - Факултет по обществено здраве и здравни грижи; **ТК** - Технически колеж; **МК** - Медицински колеж; **КТ** - Колеж по туризъм; **Е** – Електроника; **КСТ** - Компютърни системи и технологии; **МС** - Медицинска сестра; **ЗМ** - Здравен мениджмънт; **МРЕ** - Медицинска рехабилитация и ерготерапия.

При всички факултети и колежи учебните занятия по дисциплината „Физическо възпитание и спорт“ в I курс, I и II семестър са по 30 уч. ч. (2 уч. ч. x 15 седмици = 30 уч. ч.), при тях заниманията са по 90 минути. От III семестър нагоре започват различията. Например всички специалности към ФОН по учебен план (III, IV, V, VI семестър) са с хорариум от 45 уч. ч. (3 уч.ч. x 15 седмици = 45 уч. ч.), учебният час по физическо възпитание и спорт е 135 минути и в III курс студентите приключват с дисциплината „Физическо възпитание и спорт“.

Във ФПН учебните часове по физическо възпитание и спорт при всички специалности са разпределени до VIII семестър включително. Хорариумът от часове за всеки семес-

тър е от 30 уч. часа (2 уч. ч. x 15 седмици = 30 уч. ч.). По този начин студентът има възможност да спортува до края на следването си. Според мен, учебният процес във ВУЗ е дейност, която е наситена с голямо нервно-психическо натоварване и това разпределение на часовете дава възможност на студента да се разтовари от психическото натоварване и стрес.

За специалностите във ФТН часовете по физическо възпитание и спорт по учебен план са разпределени, както във ФПН. Само при специалностите „Електроника“ и „Компютърни системи и технологии“ часовете по спорт по учебен план са по-различни: в III, IV семестър са по 45 уч. часа, а V, VI и VII семестър са по 30 уч. часа. (**Фиг. 1**).

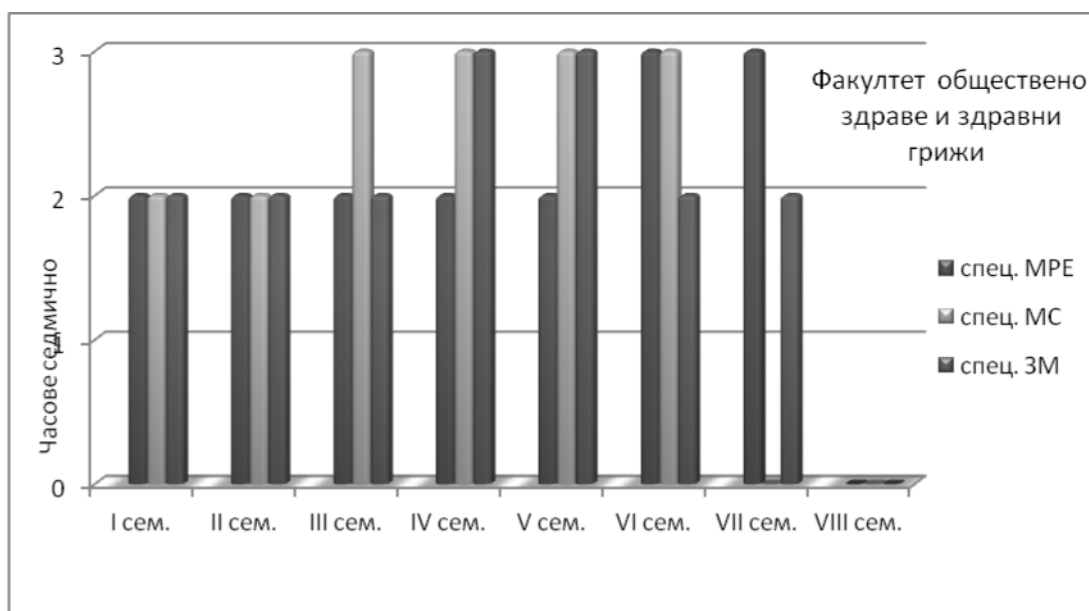


Фиг. 1. Семестриално и седмично отразяване на часовете по „Физическо възпитание и спорт“ във ФОН, ФТН, ФПН

В новосъздадения ФОЗЗГ и при трите специалности - „Медицинска рехабилитация и ерготерапия“, „Медицинска сестра“, „Здравен мениджмънт“ - разпределението на часовете по семестри в учебните планове по физическо възпитание и спорт е различно.

При специалност „Медицинска рехабилитация и ерготерапия“ часовете по спорт в

III, IV и V семестър са по 30 уч. часа; в VI и VII семестър са по 45 уч. часа. При специалност „Медицинска сестра“ (III, IV, V, VI семестър) са с хорариум от 45 уч. часа. При специалност „Здравен мениджмънт“ (III, VI, VII семестър) часовете са по 30 уч. часа, а в IV, V семестър - по 45 уч. часа. (Фиг. 2).



Фиг. 2. Семестриално и седмично отразяване на часовете по „Физическо възпитание и спорт“ във Факултет по обществено здраве и здравни грижи

В коледжите също има различия. Медицински колеж по учебен план е с хорариум от часове за ССП в III, IV семестър по 60 часа (4 уч. ч. x 15 седмици = 60 уч. ч.), учебният час

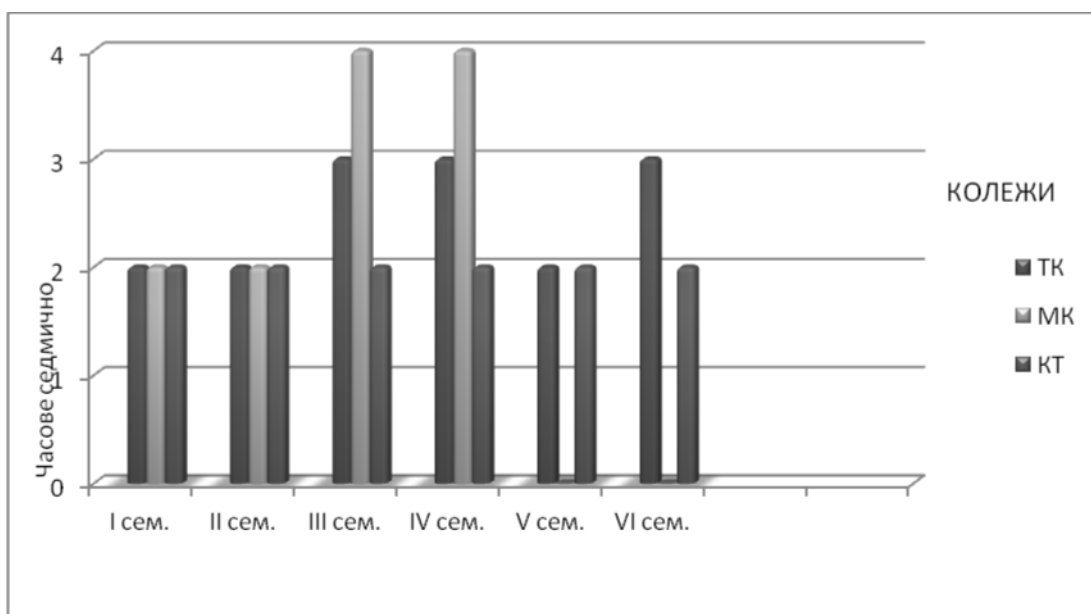
е 180 минути и студентът приключва още във втори курс с дисциплината. Според мен, натоварването със спорт е много голямо през тези семестри. Студентът няма физическа

възможност да издържи на толкова дълго физическо натоварване. През последната година на обучение няма предвидено физическо натоварване, а когато човек е физически стабилен, подобрява психическите и умствени качества.

В КТ по учебен план часовете по физическо възпитание и спорт на всички специалности са разпределени през целия срок на

обучение до VI семестър. Хорариумът от часове за всеки семестър е от 30 уч. ч. (2 уч. ч. x 15 седмици = 30 уч. ч.).

В ТК часовете по ССП в III, IV семестър са 45 уч. ч. (3 уч. ч. x 15 седмици = 45 уч. ч.), а в V семестър са 30 уч. ч. (2 уч. ч. x 15 седмици = 30 уч. ч.) и студентите приключват с часовете по спорт. (Фиг. 3).



Фиг. 3. Семестриално и седмично отразяване на часовете по „Физическо възпитание и спорт“ в коледжите

Причина за разминаването на хорариума от часове по ФВ в отделните факултети и коледжи е и подценяването на предмета „Физическо възпитание и спорт“ като второстепенна дисциплина. Безспорен е фактът, че физическото възпитание дава знания и умения, които могат да се прехвърлят в други сфери, например работата в екип и честната игра; изгражда уважението, предлага едно общо разбиране за „правилата на играта“, с които студентите да си служат в други ситуации в живота. Затова разпределението на часовете в учебните планове на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас трябва да бъде еднакво за всички специалности и да се вземе предвид това, че физическото възпитание е учебен предмет, който има пряката задача здравословното укрепване на студентите и повишаване на тяхната професионална и обща работоспособност.

Много важен е и проблемът с отсъствието на оценка по дисциплината за повечето специалности в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас. Преподавателите от Ка-

тедра „Спорт и анимация“ считат, че трябва да има оценка по учебния предмет „Физическо възпитание и спорт“ за всички студенти по няколко причини:

1. Отсъствието на оценка по предмета сериозно принизява академичния дух на преподаването, а от там и ефективността на учебния процес.
2. Получаването на оценка дава възможност за по - добри шансове за получаване на стипендия от студента.
3. Оценката се взема предвид в крайната оценка на бакалавърската степен.
4. За прехвърляне на студентски права или работа в чужбина оценката по спорт е задължително условие за справката или дипломата.
5. Липсата на оценка за физическите качества и овладяване на техническите умения и навици не позволява да се получи точна информация за резултата и ефективността на учебния процес и не дава възможност да се осъществи цялостното му управление.

6. Оценяването служи за ориентири, сравнение и анализ и своевременно корекция на учебната дейност.

7. Престижни университети като СУ "Св. Климент Охридски" - София, УНСС - София, СА „Д. А. Ценов” - Свищов, ЮЗУ „Неофит Рилски” – Благоевград, ВТУ „Св. .Св. Кирил и Методий“ издават своите дипломи с оценка по учебния предмет „Физическо възпитание и спорт“.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

за подобряване дейността на учебния предмет „ФВС“ в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“

1. Учебните планове по дисциплината „ФВС“ на специалностите във факултетите и коледжите в Университета да се уеднаквят по отношение разпределението на хорариума часове по семестри и години.

2. Учебните планове в Университета да не се променят всяка учебна година, особено за дисциплината „Физическо възпитание и спорт“, която е застъпена през целия срок на обучение на студента.

3. Учебната дисциплина „ФВС“ да приключва с оценка, която да изразява комплексно нивото на физическа дееспособност и придобитите технически умения и навици на даден спорт от всеки студент. На тази основа всеки студент може да определи индивидуалното си ниво на развитие и оцени своите възможности на фона на цялата студентска маса. Оценка да имат не само студентите от регулярните специалности, а всички студенти в Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас.

ИЗВОДИ

1. Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас спазва изискването съгласно Закона за физическото възпитание и спорт за броя часове според ОКС.

2. Учебният предмет „ФВС“ е крайно необходим за студентите поради все по-ниското ниво на физическа дееспособност, недостатъчното физическо развитие и обездвижване. Учебният процес по физическо възпитание спомага в значителна степен за разтоварването на студента от натоварване и стрес.

3. Във ФПН и КТ учебните часове по ФВС са разпределени до края на обучението на

студента. Напълно е спазен Законът за физическото възпитание и спорт и Правилника за неговото прилагане. Студентът има възможност да спортува през целия срок на следването си.

4. Учебните планове по дисциплината „ФВС“ е добре да се уеднаквят по отношение разпределението на хорариума часове по семестри и години, за да няма различия по този учебен предмет за студентите на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас.

5. Необходимо е учебният процес да се насочи и към провеждане на спортно-тренировъчна и състезателна подготовка с напреднали студенти по отделните спортове, които са потенциални участници в различни по ранг състезания представящи Университета в национални универсиади, между-университетски приятелски срещи.

6. Учебната дисциплина „ФВС“ трябва да приключва с оценка. По този начин се уеднаквяват изискванията по този предмет за всички студенти на Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ - Бургас.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бъчваров, 2002: Бъчваров, Д. Здраве, сила, жизненост, дълголетие. С., Бolid инс, 2002.

2. Закон за физическото възпитание и спорт.

3. Иванов, 1996: Иванов, И. Физическото възпитание във ВУЗ - теория и методика, С., УАГС – УИК- Издателски център, 1996.

4. Иванов, 2006: Иванов, Й. Образователната компонента в процеса на физическото възпитание във висшите училища. С., Бинс, 2006.

5. Правилник за прилагане на Закона за физическото възпитание и спорт.

REFERENCES

1. Bachvarov, 2002: Bachvarov, D. Zdrave, sila, zhizneradost, dalgoletie. S., Bolid ins, 2002.

2. Zakon za fizicheskoto vazpitanie i sport.

3. Ivanov, 1996: Ivanov, I. Fizicheskoto vazpitanie vav BYZ – teoria I metodika. S., YAGS-YIK-Izdatelski centar, 1996.

4. Ivanov, 2006: Ivanov, I. Obrazovatelната компонента v procesa na fizicheskoto vazpitanie vav visshite uchilishta. S., Bins, 2006.

5. Pravilnik za prilagane na Zakona za fizicheskoto vazpitanie i sport.

СПОРТНИТЕ ЗАНИМАНИЯ В СВОБОДНОТО ВРЕМЕ НА СТУДЕНТИТЕ

Спаска Андонова, Мария Бурева

SPORT ACTIVITIES IN STUDENTS' LEISURE TIME

Spaska Andonova, Maria Bureva
E-mail: Spaska_Andonova@abv.bg

ABSTRACT

Leisure sports that students do are a natural extension of the mandatory classes of physical education and sports. They increase the total time for sports, accelerate the process of physical perfection, being one of the ways for the implementation of physical culture in students' lives.

The study covers various classes of students for physical development and aesthetic improvement. The results obtained and the physical condition of the participants are analysed. The results are shown in different tables, figures, charts and graphs.

Key words: *leisure, sports, physical ability, physical development*

УВОД

През последните години се забелязва засилен интерес от страна на научни работници и специалисти към теоретични и научноприложни разработки, свързани с възможностите за разширяване на параметрите на териториалното управление на студентския спорт, т.е. на развитието на спорта в свободното време на студентите. Според Б. Цолов, „силно ограничени са знанията за необходимостта на самостоятелно спортно упражняване и самоконтрол върху физическото развитие на студентите.” [6]

Една от характеристиките на глобализацията е не само огромното нарастване на свободното време, а новото отношение към него и развитие на нови начини на спорт и спортни развлечения, в т.ч. спортни занимания в свободното време във висшите училища. Според Г. Димитров, „спортните занимания в свободното време на студентите влияят положително върху: всестранното физическо развитие; усъвършенстват функциите на сърдечно-съдовата и дихателната системи; развиват чувството за ориентация, съобразителност и други психически качества; развиват волевите качества; активно се практикуват в отдиha като емоционално развлечение.” [2]

Днес свободното време на студентите е от решаващо значение за занимания със спортни

упражнения. Използването на подходящи двигателни дейности и спортни игри може да намали стреса и психическата умора. „Заниманията с физически упражнения, според Г. Димитров, повишават емоционалния ефект и усъвършенстват основни двигателни качества. Затова те трябва да заемат съществено място в различните спортни занимания през свободното време на студентската младеж.” [1] В основата на работоспособността стоят специалните знания, умения, навици, определени психически, физически и физиологически особености. За успеха в спортното усъвършенстване на човека голямо значение имат и такива свойства на личността като отговорност, постоянство, съобразителност и др. В своите разработки Г. Димитров отбелязва: „Спортните занимания през свободното време не са свързани с преследване на спортни резултати. Основните насоки са за поддържане и подобряване на физическите качества, усъвършенстване на функционалните системи и формите на човешкото тяло.” [3]

Физическите упражнения и спорта заемат значително място във всекидневния бит на студентите. В своите изследвания Ив. Иванов отбелязва следното: „Голямо практическо значение при самостоятелните занимания с физически упражнения и спорт има самоконтролът. Той учи студентите на самодисциплина, създава навици за самоанализ.” [5]

ОБЕКТ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Обект на изследване са студентите от Университет „Проф. д-р Ас. Златаров”- Бургас и Бургаски свободен университет. Обхванати бяха студенти от различни специалности – мъже и жени.

Целта на настоящото изследване е: установяване нивото на спортните занимания през свободното време на студентите и тяхното влияние върху здравето и физическо състояние на студентската младеж.

Научноизследователският екип си постави следните няколко задачи:

1. Изследване на спортните занимания през свободното време за различни възрастови студентски групи.

2. Изследване влиянието на спортните занимания през свободното време на студентите – физическа дееспособност, физически качества.

3. Изследване влиянието на спортните занимания през свободното време върху работоспособността на студентите.

ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Общият брой изследвани лица е 860 от двата университета - Университет „Проф.д-р Ас. Златаров” и Бургаски свободен университет (БСУ). Разпределението е следното: У-т „Проф. Асен Златаров”- 650 студенти; БСУ – 210 студенти. Изследваните лица са разположени в различни възрастови студентски групи, както следва: група 19 – 23 г. – 308 студенти; група 24 -28 г. – 244 студенти; група 29-35 г. – 206 студенти; над 35 г.– 102 студенти. Включените студенти в изследването по полов индикатор са: жени – 480, мъже – 380.

Организацията на изследването премина през следните етапи:

а) подготвителен етап - подготовка на анкетни карти, таблици, графици и т.н.;

б) изследователски етап - изследване на терен чрез различни методи;

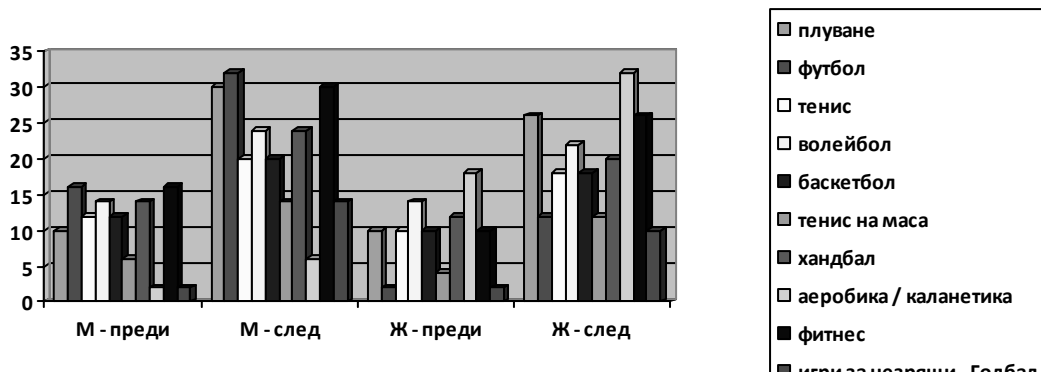
в) заключителен етап - изчисления, статически фигури, изводи и предложения.

Научноизследователският екип в своята работа използва следните методи: а) анкета, б) интервю, в) наблюдение, г) експеримент, д) математико-статистически.

РЕЗУЛТАТИ И АНАЛИЗИ

Изследователският екип предложи десет спорта за практикуване на студентите. За техния избор се наложи да се съобразим със следните няколко фактора – спортна база, преподаватели/специалисти, желанието на студентите. Времето за спорт бе предложено в два варианта – делнични дни (от понеделник до петък) и почивни дни (събота и неделя). Часовият график за спорт е също в два варианта – сутрин (от 08,00 ч. до 10,00 ч.) и навечер (от 17,00 ч до 20,00 ч.). Експериментът се проведе през учебната 2013/2014 г. Получените резултати „практикуване на желанието спорт” са отразени на фигура 1.

Те очертават следната картина: А. Делнични дни / сутрешни часове (мъже): а) фитнес и футбол – средна посещаемост 16 студенти; б) волейбол и хандбал – средна посещаемост 14 студенти; в) тенис и баскетбол – 12 студенти; г) плуване – 10 студенти; д) тенис на маса – 6 студенти; е) аеробика / каланетика и „голбал” – 2 студенти. Посещаемостта на студентките е по-малка. Резултатите са следните: А. Делнични дни / сутрешни часове (жени): а) аеробика/каланетика– 18 студентки; б) волейбол – 14 студентки; в) плуване, тенис, баскетбол и фитнес – средна посещаемост по 10 студентки; г) тенис на маса – 4 студентки; д) футбол и голбал – 2 студентки. Посещаемостта на студентите е по-малка в сутрешните часове в сравнение с тази във вечерните часове. Причините са следните: а) студентите от химическите специалности имат лабораторни занимания от 07,00 ч. и не могат да участват – 39,9%; б) студентите от другите специалности имат сутрешни учебни занимания–21,6%; в) трудно сутрешно ставане – 11,5%; г) на работа във различни фирми – 8,9%; д) неподходящо време за спортни занимания – 8,5%; е) други причини – 9,6%.



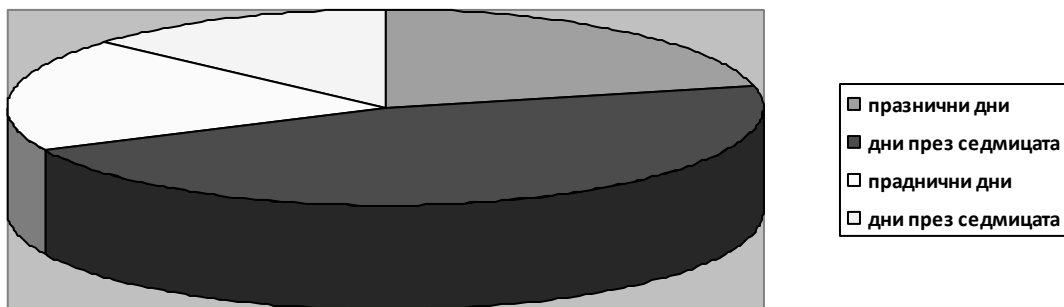
Фиг: 1 Участници в спортните занимания през свободното време на студентите

Получените резултати при Б. Делнични дни/вечерни часове (мъже) подреждат спортовете според посещаемостта на студентите в следната последователност: а) футбол – 32 студенти; б) плуване и фитнес – 30 студенти; в) волейбол и хандбал – средно по 24 студенти; г) тенис и баскетбол – 20 студенти; д) тенис на маса и голбал – 14 студенти; е) аеробика/каланетика – 6 студенти. Разликата в посещаемостта на спортовете през часовете преди обяд и вечерта е 110 студенти (104/214).

Резултатите при жените очертават следната картина: а) аеробика/каланетика – 32 студентки; б) плуване и фитнес – 26 студент-

ки; в) волейбол – 22 студентки; г) хандбал – 20 студентки; д) тенис и баскетбол – 18 студентки; е) футбол и тенис на маса – 12 студентки; ж) голбал – 10 студентки. Разликата в посещаемостта преди обяд и вечерта е 104 (92/196). Във времето от 17,00 часа до 20,00 часа има най-голяма посещаемост от мъже и жени в различните спортни занимания.

Предложихме десетте спорта и през почивните дни (събота и неделя). Получените резултати са отразени на фиг: 2. Часовият диапазон е 120 минути: сутрин от 09,00 ч. до 11,00 ч. и следобед от 16,00 ч. до 18,00 ч.



Фиг: 2 Посещаемостта на студентите (мъже и жени) през почиващите дни

Посещаемостта на студентите за отделните спортове е следната: А. Празнични дни/сутрешни часове (мъже): а) футбол и фитнес – средно по 18 студенти; б) плуване и тенис – 14 студенти; в) волейбол – 12 студенти; г) хандбал – 10 студенти; д) тенис на маса – 8 студенти; е) голбал – 4 студенти; ж) аеробика/каланетика – 2 студенти. При жените посещаемостта е следната: а) аеробика/каланетика – 20 студентки; б) фитнес и хандбал – средно по 14 студентки; в) плуване и волейбол – 12 студентки; г) тенис и баскетбол – 10

студентки; д) футбол и тенис на маса – 6 студентки; е) голбал – 2 студентки. Мъжете са повече от жените. Разликата е от четири участника в спортните занимания.

Картината на посещаемостта в следобедните часове е следната: Б. Празнични дни / следобедни часове (мъже): а) футбол и фитнес – средно по 22 студенти; б) плуване – 20 студенти; в) волейбол и тенис – 16 студенти; г) хандбал – 14 студенти; д) баскетбол – 12 студенти; е) тенис на маса – 10 студенти; ж) голбал – 8 студенти; з) аеробика/кала-

нетика – 4 студенти. Участниците през тези часове са повече. Разликата е 34 студента.

Резултатите при жените са следните: Б. Празнични дни / следобедни часове (жени): а) аеробика/каланетика – 24 студентки; б) фитнес – 20 студентки; в) плуване – 18 студентки; г) хандбал – средно по 14 студентки; д) тенис, волейбол и баскетбол – 12 студентки; е) тенис на маса – 10 студентки; ж) футбол – 8 студентки; з) голбал – 6 студентки. В следобедните часове броят на участничките е по-голям. Разлика от 30 студентки.

ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

1. Посещаемостта на студентите (мъже и жени) на спортните площадки и зали през сутрешните часове е по-малка. Причините са от различно естество: а) лабораторни упражнения – 37,2%; б) лекционни занимания – 17,6%; в) трудно сутрешно ставане – 12,4%; г) на работа в различни фирми – 8,9%; д) практически занимания – 7,7%; е) неподходящо време за спортни занимания – 8,6%; ж) други причини – 7,6%.

2. Посещаемостта на студентите (мъже и жени) на спортните площадки и зали през следобедните часове е по-голяма в различните спортове: футбол +17,1%; фитнес +16,3%; плуване +11,6%; волейбол +12,4%; тенис +7,5%; хандбал +7,7%; баскетбол +8,8%; тенис на маса +6,5%; голбал +3,5%; аеробика/каланетика +18,6% студенти.

3. Посещаемостта на студентите (мъже и жени) в различни спортове през почивните дни е по-голяма в сутрешните часове, но по-малка в следобедните часове. Спортните занимания през съботния ден повече се посещават от студентите. Спортната картина е следната: футбол – събота по 20 студенти / неделя по 18 студенти; фитнес – събота по 20 студенти / неделя по 16 студенти; плуване – 16/12 студенти (средно по 14 студенти); тенис 14/12 студенти (средно по 13 студенти); волейбол – 14/10 студенти (средно 12 студенти); хандбал – 14/10 студенти; тенис на маса – 8/6 студенти; голбал – 4/4 студенти; аеробика/каланетика – 20/16 студенти (средно по 18 студенти).

6. Посещаемостта на студентите по възрастови студентски групи е следната: група 19-23 г. – 36,6%; група 24-28 г. – 35,8%; група 29-35 г. – 17,3%; над 35 г. – 10,3%. Желанието на студентите (мъже и жени) да спортуват различни спортове е следното: група 19-23 г. – 19,4%/17,2%; група 24-28 г. – 18,6%/17,2%; група 29-35 г. – 10,1%/7,2%; над 35 г. – 6,1%/4,2%.

ЛИТЕРАТУРА

1. Димитров, Г. Спортът тенис в часовете по физическо възпитание. Благоевград, ЮЗУ, 2007, с. 140.

2. Димитров, Г. Прилагане на спорта тенис на маса в обучението по физическо възпитание към Университет „Проф. д-р Асен Златаров”, Бургас, 2009, с. 116.

3. Димитров, Г. Управление на спортно-развлекателната дейност в туризма. Бургас, 2005, с. 71.

4. Димитров, Г. Управление на спортния кадрови ресурс, Бургас, 2005, с.26.

5. Иванов, Ив., Физическо възпитание във ВУЗ, София, 1996, с.164.

6. Цолов, Б., Основи на маркетинга в спорта, София, 2008, с.27.

REFERENCES

1. Dimitrov, G. Sport tennis v chasovete po fizicheskoto vazpitanie. Blagoevgrad, SWU, 2007, s.140.

2. Dimitrov, G. Prilagane na sport tennis na masa v obuchenieto po fizicheskoto vazpitanie v Universitet „As. Zlatarov”. Burgas, 2009, s.116.

3. Dimitrov, G. Upravlenie na sportno-razvleka-telnata deinost v turizma. Burgas, 2005, s.71.

4. Dimitrov, G. Upravlenie na sportniya kadrovi resurs. Burgas, 2005, s. 26.

5. Ivanov, I., Fizicheskoto vazpitanie v VUZ, Sofia, 1996, s.26.

6. Tzolov, B. Osnovi na marketinga v sporta, Sofia, 2008, s.27.

Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас
ГОДИШНИК, Т. XLIV , КНИГА 2, 2015
ОБЩЕСТВЕНИ НАУКИ

Assen Zlatarov University
ANNUAL, VOL. XLIV, BOOK 2, 2015
SOCIAL SCIENCES

Редакционна колегия:

проф. д-рн Маргарита Терзиева (главен редактор)
проф. д-р Валентина Терентиева (Красноярск, Русия)
доц. д-р Пенка Пеева
проф. д-р Заур Заврумов (Пятигорск, Русия)
проф. д-р Марина Янич (Ниш, Сърбия)
проф. д-рн Любомир Влаев
проф. Йордан Ников (Лил, Франция)
гл. ас. Иван Соколов

Технически сътрудник:
инж. Илиана Ишмериева

Дизайн и оформление:
Издателство “ЛИБРА СКОРП”
www.meridian27.com

Печатни коли: 21.25
Формат: 60/84/8

ISSN 1312-1359

Издание на:
УНИВЕРСИТЕТ “ПРОФ. Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ”
www.btu.bg

Бургас, 2015

ISSN 1312-1359



9 771312 135001